

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

Obsahová analýza českých časopisů se zaměřením na historii
Content Analysis of Czech Magazines Focused on History

Student: Alžběta Fárková

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Jana Gibarti, Ph.D.

Ostrava 2018

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra marketingu a obchodu

Zadání bakalářské práce

Student: **Alžběta Fárková**
Studijní program: B6202 Hospodářská politika a správa
Studijní obor: 7202R020 Ekonomická žurnalistika
Téma: **Obsahová analýza českých časopisů se zaměřením na historii**
Content Analysis of Czech Magazines Focused on History
Jazyk vypracování: čeština

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Teoretická východiska tiskového trhu
 3. Charakteristika odborných časopisů
 4. Metodika shromažďování dat
 5. Analýza výsledků výzkumu
 6. Využití řešené problematiky v žurnalistice
 7. Závěr
- Seznam literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce
Seznam příloh
Přílohy

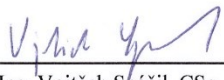
Seznam doporučené odborné literatury:

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. vyd. Přel. H. Loupová. Praha: Portál, 2009. 639 s. ISBN 978-80-7367-374-5.
SCHULZ, Winfried. *Analýza obsahu mediálních sdělení*. 3. vyd. Přel. B. Köpplová. Praha: Karolinum, 2011. 149 s. ISBN 978-80-246-1980-4.
VEČERA, Pavel. *Úvod do dějin tištěných médií*. Praha: Grada, 2015. 270 s. ISBN 978-80-247-4178-9.


Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Jana Gibarti, Ph.D.**

Datum zadání: 23.11.2018
Datum odevzdání: 10.05.2019


doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.
vedoucí katedry




prof. Dr. Ing. Zdeněk Zmeškal
děkan fakulty

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci včetně příloh vypracovala samostatně pod vedením Ing. Jany Gibarti, Ph.D. a s použitím uvedené literatury.

V Ostravě dne 10. 5. 2019

.....

Alžběta Fárková

Ráda bych touto cestou poděkovala mé vedoucí bakalářské práce paní Ing. Janě Gibarti, Ph.D. za její cenné rady, podněty, připomínky a veškerý čas věnovaný při vedení mé bakalářské práce.

Obsah

1	Úvod	5
2	Teoretická východiska tiskového trhu	6
2.1	Charakteristika tištěných masových médií	6
2.1.1	Tištěná média	6
2.1.2	Typologie periodického tisku	7
2.1.3	Grafický vzhled periodického tisku	8
2.2	Historický vývoj tištěných masových médií	9
2.2.1	Počátky komunikace a šíření tištěného média	9
2.2.2	Vývoj tisku v evropských zemích s nástupem novověku	10
2.2.3	Tisk v 17. a 18. století v rozhodujících evropských zemích	11
2.2.4	Tisk v 19. a 20. století v Evropě a USA	11
2.3	Periodizace dějin českých tištěných médií	13
2.3.1	Vývoj českého tisku před vznikem ČSR	13
2.3.2	Československý tisk v letech 1918 až 1945	14
2.3.3	Československý tisk ve 2. pol. 20. st.	15
2.4	Tisk v současnosti	17
2.4.1	Nejpopulárnější tištěná média vybraných zahraničních zemí	18
2.4.2	Nejpopulárnější tištěná média v České republice	19
3	Charakteristika odborných časopisů	21
3.1	Časopis	21
3.1.1	Odborný a populárně naučný časopis	22
3.2	Vývoj časopisů	23
3.2.1	Vznik prvních časopisů ve vybraných zahraničních zemích	24
3.2.2	Vznik prvních časopisů na českém území	24
3.2.3	Nejstarší časopisy na dnešním světovém a českém trhu	25
3.3	Časopisy s historickou tematikou na českém trhu	26

3.3.1	Nabízené tituly vydavatelství EXTRA PUBLISHING, s.r.o.	26
3.3.2	Vydavatelství RF HOBBY s.r.o. a jeho nabízené tituly	27
4	Metodika shromažďování dat.....	28
4.1	Metoda výzkumu	28
4.1.1	Cíl práce	28
4.1.2	Kvantitativní obsahová analýza	28
4.2	Charakteristika výběrového souboru	29
4.2.1	Charakteristika zkoumaných časopisu	29
4.2.2	Definování cíle výzkumu	30
5	Analýza výsledku výzkumu.....	33
5.1	Charakteristika zkoumaného vzorku	33
5.1.1	Struktura měsíčníku Živá historie	33
5.1.2	Struktura měsíčníku History revue.....	34
5.1.3	Hlavní témata časopisů.....	34
5.1.4	Specifická témata vybraných čísel periodik.....	37
5.1.5	Procentní rozdělení obsahu časopisů.....	38
6	Využití řešené problematiky v žurnalistice	40
6.1	Úvodní článek.....	40
6.2	Interview.....	42
6.3	Anketa.....	44
6.4	Recenze	45
7	Závěr	47
	Seznam použité literatury	49
	Seznam zkratk	52
	Seznam tabulek a grafů	
	Prohlášení o využití výsledků diplomové (bakalářské) práce	
	Seznam příloh	

1 Úvod

Tištěná média jsou považována za nejstarší médium v dějinách žurnalistky. Noviny se staraly o to, aby lidem přinášely aktuální zprávy z jejich okolí a ze světa. Časopisy naproti tomu podávali čtenářům informace z nejrůznějších oblastí, například vědy, kultury, módy a mnoho dalších, ze kterých si čtenář mohl vybrat podle svého zájmu.

Dlouhá staletí byla tištěná média jediným zdrojem informací. Ve dvacátém století k nim přibyl rozhlas a televize a tištěná média se musela podělit o své místo na trhu. V posledních letech dominují tzv. nová media, kterým je internet. S jeho nástupem se novinám a časopisům snižuje počet čtenářů a prodaných výtisků. Online média jsou dnes nejužívanějším médiem vůbec.

Druhá kapitola bakalářské práce se bude zabývat teorií tištěných masových médií. Kapitola se bude snažit nastínit, co je to periodický tisk a popsat grafickou podobu novin. Další část této kapitoly se věnuje historickému vývoji tištěných médií od počátku vzniku až po současnost. Zabývá se vývojem novin v klíčových zemích Evropy, v USA a českých zemích.

Třetí kapitola je věnována charakteristice odborných a populárně-naučných časopisů. Představí první časopisy ve vybraných zahraničních zemích a první časopisy na území České republiky. V závěru této kapitoly charakterizuje časopisy *Živá historie* a *History revue*, které jsou předmětem zkoumání. Kapitoly čtyři a pět se zabývají obsahovou analýzou časopisů zmíněných měsíčníků a výsledků jejich zkoumání.

2 Teoretická východiska tiskového trhu

Tato kapitola se bude věnovat historickému vývoji tištěných médií od počátku až po současnost. V první části této kapitoly bude zmíněn pojem masová a tištěná média a rovněž se zaměří na vývoj periodického tisku ve světě. V další části bude popsán vývoj českých tištěných médií v období před vznikem samostatného Československa, v meziválečném období, během druhé světové války a následně vyobrazí vývoj v poválečném období až do konce 80. let 20. století. Závěr kapitoly bude věnován tištěnému masovému médiu v současnosti a srovnáním s elektronickými médii.

2.1 Charakteristika tištěných masových médií

Masová média neboli hromadné sdělovací prostředky se užívají v procesu masové komunikace. Tyto prostředky multiplikují veřejná sdělení a rozšiřují je směrem k rozmanitému a individuálně neurčitému anonymnímu publiku. Do masových médiích se obvykle řadí noviny, časopisy, rozhlas a televize, dále sem patří i knihy, filmy, videa, všechny druhy masově šířených obrazových a zvukových záznamů a letáky. Rozlišují se média tištěná a média elektronická, do nichž se v poslední době zařazuje e-mail a internet. (Halada, 2017).

2.1.1 Tištěná média

Tištěná média se spojují s obdobím tisku, jehož počátek souvisí s Gutenbergovým vynálezem knihtisku. Tato média se rovněž řadí do tzv. tradičních médií spolu s rozhlasem a televizí. Rozdělují se na neperiodický tisk, pod něhož spadají knižní publikace nebo jiné příležitostné tiskoviny vydávané jednou do roka a dále na periodický tisk (Osvaldová, 2007).

Podle tiskového zákona se periodickým tiskem rozumí noviny a časopisy, ale i jiné tiskoviny vydávané pod stejným názvem, se stejným obsahovým zaměřením a v jednotné grafické úpravě nejméně dvakrát do roka. Vydavatelem může být právnická nebo fyzická osoba, která vydává periodický tisk. V tiskovém zákoně jsou rovněž uvedeny povinnosti pro vydavatele, které se rozdělují do tří kategorií a to povinnosti registrační, evidenční a obsahové (Tiskový zákon č. 46/2000 Sb.).

Registrační povinnost znamená zaregistrování periodika u Ministerstva kultury České republiky. Evidenční povinnost ukládá vydavateli zasílání povinných výtisků do určených knihoven. Obsahové povinnosti se týkají tiráže¹(Tiskový zákon č. 46/2000 Sb.)

2.1.2 Typologie periodického tisku

Odborná literatura uvádí hned několik typologií periodického tisku. Velmi přehledná a propracovaná daná tematika je uvedena v publikaci Andreje Tušera Ako sa robia noviny. Periodický tisk se rozděluje podle periodicity, obsahového zaměření a územního působení.

Z hlediska periodicity se rozeznávají deníky, obdeníky, týdeníky, desetideníky, čtrnáctideníky, měsíčníky, dvouměsíčníky, čtvrtletníky. Řadí se zde i občasníky, které musí vycházet nejméně dvakrát do roka (Tušer, 1999).

Podle obsahového zaměření se periodický tisk dělí na dvě skupiny: periodika pro širokou veřejnost, kam můžeme zařadit noviny a jiný zpravodajský tisk, a periodika pro specifické skupiny čtenářů, které se dále dělí na podskupiny: vědecké, odborné, profesionálních a občanských skupin, firemní a podnikové, školní a jiné (Tušer, 1999).

Poslední způsob dělení periodického tisku vychází z územního působení. Z tohoto hlediska se tisk dělí na světová (nadnárodní), celoplošná (celostátní), regionální a místní (Bartošek, 2001). Trochu odlišné dělení podle Tušera je na tisk regionální a lokální. Pod regionální tisk spadají větší oblasti, jako jsou kraje a okresy. K menším celkům (města a obce) se vážou lokální média (Tušer, 1999).

Charakteristiku regionálního tisku můžeme nalézt i v Praktické encyklopedii žurnalistky, kde se uvádí, že do regionálního tisku se řadí noviny a týdeníky, které se váží k určitému místu, odkud čerpají informace a pro jejichž publikum jsou určena. Regionální tisk informuje o událostech, které se v oblasti dějí nebo pro tamní obyvatelé mohou mít význam. Regionální redakce obvykle pracují v místě, připravují lokální zpravodajství a publicistiku a zároveň zprostředkovávají zprávy pro příslušnou redakci. Podobným způsobem pracují i regionální televize a rozhlas (Osvaldová, 2007).

Jak již bylo zmíněno, do periodického tisku se řadí noviny, které se celá staletí považovala za hlavní tištěné médium. Noviny se považují za specifickou formu společenské komunikace, která se může uplatnit za určitých ekonomických, společenských a politických předpokladů.

¹ Soupis informací, které obsahují technické a vydavatelské informace o periodiku, bývá umístěna ve spodní části stránky.

Noviny musí zahrnovat publicitu, aktuálnost, univerzalitu a periodicitu vydávání (Köpplová, 1982).

Název je odvozen z latinského slova novus tedy nový, novinka čili zpráva a představuje publikaci určenou k širokému publiku. Vycházejí pravidelně každý den nebo častěji než jednou týdně s hlavním cílem informovat veřejnost. Shromažďují, třídí a upravují informace z nejrůznějších oblastí a následně je ve formě publicistické nebo zpravodajské publikují. Z hlediska žurnalistiky se noviny pokládají za nejstarší médium (Osvaldová, 2002).

Noviny mají obvykle univerzální informační charakter, na rozdíl od časopisů, které jsou spíše specializované. Nepsaným pravidlem bylo, že ráno se více zaměřovaly na zpravodajství, večerníky spíše regionálně a publicisticky. S nástupem internetu se od ranního a večerního členění postupně ustupovalo, protože informace se neustále mění. Mnoho českých novin má svou elektronickou podobu, kde se informace průběžně aktualizují, například IDNES.cz (MF Dnes), IHNEED.cz (Hospodářské noviny), Lidovky.cz (Lidové noviny), (Halada, 2017).

2.1.3 Grafický vzhled periodického tisku

V tisku se nejčastěji využívají tři formáty novin:

1. Broadsheet – největší novinový formát (750 x 600 mm) vycházející z formátu A2, ve světě je používán novinami The New York Times, Frankfurt Allgemeine Zeitung
2. Berliner – velikostí se řadí mezi broadsheet a tabloid, rozměry 470 x 315 mm. V Evropě je tento formát velmi populární. Vycházejí tak například britský The Guardian, francouzský Le Monde a české Lidové noviny.
3. Tabloid – nejmenší novinový formát s rozměry 430 x 280 mm, nejbližší formátu A3. Typický pro bulvární tisk jako je anglický The Sun, Daily Mirror, ale je i využíván v seriózních novin, například španělský El País

V posledních letech se klade důraz na zmenšování formátu. Tabloid se velmi rychle rozšířil v Rakousku a skandinávských zemích a ovlivňuje celou Evropu, kde deníky mění formát na berliner a tabloid. Zmenšení formátu ovlivňuje i grafickou úpravu novin (Halada, 2017).

Cílem grafické úpravy je přehledně uspořádat velké množství informací. K tomu složí jednotný styl grafického vzhledu pomocí sloupcové sazby textu a ilustrací. Nejdůležitější u novin a časopisů je titulní strana. Obě periodika se člení na zpravodajské, publicistické a zábavné rubriky, které jsou proloženy placenou reklamou (Reifová, 2004).

2.2 Historický vývoj tištěných masových médií

Dříve než se začalo mluvit o tištěném médiu, lidé šířili informace ústně. Jde o tzv. orální komunikaci, která se rozvíjela zároveň s vývojem člověka. Velký zlom v komunikaci nastal s vynálezem písma, který umožnil přechod od zmíněné orální komunikaci k literární komunikaci a díky níž se usnadnil přenos informací napříč časem a prostorem. S pomocí písemných pramenů bylo možné zkoumat minulost a na základě toho dokázat místa, data i aktéry událostí, které se v historii odehrály (Večeřa, 2015).

2.2.1 Počátky komunikace a šíření tištěného média

Vznik prvních písemných systémů se datuje na konec 4. tisíciletí př. n. l. v Mezopotámii a později v Egyptě. Ze začátku bylo písmo obrázkové nebo slabičné. Zřetelný posun vpřed nastal s nástupem hláskového (fonetického) písma, které pro každou souhlásku mělo specifický písemný znak. Počátky hláskového písma pocházejí z města Ugarit, které sídlilo na území dnešní Sýrie v polovině 2. tisíciletí př. n. l. a díky Féniciánům se písmo rozšířilo ve Středomoří (Večeřa, 2015)

Ve starověku, kdy vznikaly velké říše, bylo zapotřebí komunikačních systémů, které by umožňovaly sdělovat informace na velké vzdálenosti. Využívalo se lodního a jízdního spojení, běžců a poštovních holubů. (Večeřa, 2015).

Podobně jako ve staroorientálních říších, tak i v antickém Řecku a Římě měla města důležitou roli pro komunikaci. Právě tam se obyvatelstvu, ve formě veřejných projevů, hromadně zprostředkovávaly informace převážně politického charakteru. Velký význam také měly veřejně přístupné nápisy na veřejných budovách. Takovým specifickým typem rozšiřování informací ve starověkém Římě byla *acta diurna* (denní záznamy), která nechal zavést Gaius Iulius Caesar asi kolem roku 59 př. n. l. Představovaly jakési státní noviny s určitou aktuálností a periodicitou, vyřezávaných do dřevěných desek. (Jirák a Köpplová, 2015).

Dalším příkladem městské komunikace byly označovány *dipinti*, předchůdci plakátů. Černou nebo červenou barvou byly malovány ohlášení gladiátorských zápasů, divadelních představení nebo volební výzvy. Obvykle byly nápisy realizovány na objednávku kandidátů, soukromníků a spolků (Prokop, 2005). Veškeré šíření informací bylo hlavně politického a náboženského charakteru, které i nadále převládalo ve středověku (McQuail, 2009).

Po celou dobu až do vynálezu knihtisku stále převládala orální komunikace. Na vrcholu se držela světská moc, která prostřednictvím kázání, šířila informace a vzdělávala negramotné, jichž byla v tu dobu většina obyvatel na venkově. Zároveň se rozvíjela literární komunikace, na

kteřou se podílely zejména kláštery a univerzity. Během vrcholného středověku se písemné formy komunikace rozšiřovaly, především dopisy, které byly považovány za důležitý zdroj informací. Podobně se rozšířila korespondence mezi aristokraty, ale také měšťany. Postupem času se vytvářel pravidelný korespondenční systém, který se realizoval napříč celou Evropou. To všechno mělo za následek rozšíření literárního publika (Večeřa, 2015).

Hlavními centry vzdělanosti byly kláštery církevních řádů. Zde mniši zastávali funkci opisovatelů. V tzv. skriptoriích (klášterní nebo kapitulní písárny) se opisovala nejen liturgická díla ale také rukopisy řeckých a římských klasiků. Častými psanými díly byly evangelia, žalmy, misály a hlavně Bible. Během 13. – 14. století se začaly ve městech zakládat písařské dílny, kde se nejčastěji písaři zabývali opisováním celé knihy, notářských a obchodních smluv. Kniha postupem času začala nabývat na svém významu a vzrostl o ní velký zájem. Proto bylo za potřebí snížit náklady na její výrobu, konkrétně nahradit drahý pergamen papírem. Takto to trvalo do poloviny 15. století, tedy do doby, kdy byl vynalezen knihtisk (Menšík, 2013).

2.2.2 Vývoj tisku v evropských zemích s nástupem novověku

Díky vynálezu knihtisku Johanem Guttenbergem kolem roku 1450 docházelo k rozsáhlému šíření nových myšlenek a formování občanských postojů. Tento vynález je pokládán za významný mezník v lidské komunikaci. Je považován za základní kámen existence masové komunikace a masmédií. Guttenbergův vynález napomohl masovému šíření informací a myšlenek. Začaly se objevovat hromadně tištěné letáky, které zpochybňovaly dosud převládající náboženská témata. Obsahy prvních tištěných médií byla reklamní, komerční sdělení, která propagovala konkrétní zboží a služby. Existence masmédií, způsobená vynálezem a užitím knihtisku, je základní podmínkou rozvoje komunikace s občanskou veřejností (Ftorek, 2012).

Vynález tisku způsobil šíření informací a komunikace v takovém měřítku, které nemělo v předchozím historickém vývoji obdoby. Přesto ve většině evropských zemí uplynulo více než tři čtvrtiny století, než se objevily první náznaky tiskovin, které by se daly označit za projev žurnalistické činnosti (Köpplová a Köppl, 1989).

Začátkem 16. století se ve skupině tiskařských výrobků začaly objevovat jednorázové tisky, které se věnovaly líčení neobvyklých a zajímavých událostí. Obvykle to byly zprávy o válečných taženích, přírodních a nebeských úkazech, neštěstích, požárech, povodních nebo popravách. Nechyběly ani zmínky o zámořských objevech a vynálezech. V německé oblasti byly takové to noviny označovány pod názvem new zeitung. Právě zde byly podobné noviny vydávány nejčastěji a nejvíce se jich zachovalo. První náznaky periodických novin jak jsou

známy dnes, začaly vznikat na počátku 17. století. Jejich vznik byl podmíněn rozvojem dopravy a rostoucí frekvencí poštovních tras. (Köpplová a Köppl, 1989).

2.2.3 Tisk v 17. a 18. století v rozhodujících evropských zemích

Vznik periodického zpravodajství byl na mnoha místech Evropy takřka zároveň. Důvodem vzniku byla hlavně rostoucí potřeba veřejné komunikace (Köpplová a Köppl, 1989). Veškeré informace, které obsahoval periodický tisk, byly shromažďovány tiskaři. Periodicita úzce souvisela s intervaly pošty, tedy jednou týdně. Třicetiletá válka, období politické a sociální nerovnováhy bylo považováno za základ rozvoje periodického tisku. Z toho vyplývají hlavní znaky tištěných médií a to aktuálnost, univerzálnost a periodicita. Náplní prvních noviny byly diplomatické, politické a vojenské události (Večeřa, 2015).

V příloze jsou uvedeny vybrané novinové tituly v 17. a 18., které vycházely v evropských zemích a bývalých koloniích. V 17. století byl hlavním obsahem novin informace o průběhu třicetileté války. Další společný znak, které zmíněné noviny měly, byla přísná cenzura tisku. Postupem času se obsah novin měnil, podle toho co čtenáři chtěli. Obvykle to byly senzace, klepy, krimi, černá kronika. Lze také vidět, že nejvíce novin se začalo rozvíjet v průběhu 18. století (Večeřa, 2015).

V příloze (viz Příloha 1).

2.2.4 Tisk v 19. a 20. století v Evropě a USA

Evropa

Na přelomu 18. a 19. století se tisk v Evropě rozvíjel následovně. Ve Francii byla silná napoleonská propaganda. Oficiálním listem se stal například Le Moniteur. Po Napoleonově pádu došlo k mírnému uvolnění cenzurních opatření. V Německu vyšel Berliner Abendblatter, první berlínský deník. V Rakousku byla cenzura tisku a přísné omezené zahraničního tisku, nařízené tehdejším ministrem zahraničí Metternicha. V Anglii se začal rozvíjet list The Times a na počátku 19. století vzniká dělnický tisk. Známymi tituly byly například The Economist nebo The Voice of People (Köpplová a Köppl, 1989).

V 19. století se rychle rozvíjela tiskařská technika. Byl zaveden první rychlolis, který zrychlil tištění výtisků a mohl se tak masově šířit. Zavedla se průmyslová výroba papírů a nastaly změny v obsahu jednotlivých výtisků. Například nedělníky se zaměřily na zábavu a klepy, reklama se stává hlavním prostředkem financování novin a začalo se dbát na stručnost. V tomto století se tisk rozdělil na seriózní a masový tisk, určený pro lidové vrstvy. Důležitým

technickým pokrokem se v tisku považuje fotografie, která začala být oblíbenou součástí obsahu novin. Masově se rozšířila na konci 19. století (Večeřa, 2015).

V tomto století se Anglie stala nejvyspělejší zemí s rychlým vývojem tiskařských technologií v Evropě. Na vrcholu se držel The Times, nejdůležitější a nejserióznější tisk ve Velké Británii. Zobrazoval politické zpravodajství, nezávislé na politické strany. V Londýně roku 1851 byla založena tisková agentura Reuters. Nově začaly vycházet noviny i mimo Londýn, například The Manchester Guardian, The Scotsman nebo The Past – Liverpool. V průběhu 19. století začaly vycházet významné tituly, jako The Daily Mail nebo The Daily Mirror (Köpplová a Vojtek, 1976).

Spojené státy americké

V Americe se první polovina 19. století považuje za období nástupu penny press neboli masový tisk. Označuje kategorii tisku pro nejširší čtenářské vrstvy, gramotnou ale málo vzdělanou skupinu obyvatel. Penny press se také označuje jako typ bulvárního tisku a rozšiřoval se především pouličním prodejem. Hlavními znaky tohoto tisku byl specifický obsah jako krimi, sex a senzace. Používal krátké texty, vulgární slovník a nápadnou grafiku. Za první penny press se uvádí The New York Sun, vycházející v New Yorku. Šlo o zábavné čtení a kladl se důraz na místní události v New Yorku. Obsahoval soudničky, krváky a černou kroniku. Dalším listem určený pro masové publikum byl The New York Herald, který uváděl reportáže o skutečném zločinu (Večeřa, 2015).

Pro masové publikum existoval i seriózní tisk, například The New York Tribune, kde se psaly diskuze o náboženství, politice, odborovém hnutí i diskuze proti otroctví. Neobsahoval žádnou senzaci. Seriózním tiskem určený pro americkou buržoazii byl New York Times, který disponoval dobrým zahraničním zpravodajstvím. Důsledkem velkého šíření masového tisku bylo založení zpravodajské agentury v USA Associated press, která si předávala zpravodajství z války severu proti jihu s anglickou agenturou Reuter. Zprávy proto musely být stručné a odpovídat na základní otázky Co? Kdo? Kdy? Kde? Jak? a Proč?, které jsou dnes pokládány za hlavní zpravodajské otázky (Köpplová a Köppl, 1989).

V období první světové války, hrál tisk opět důležitou roli v podávání informací. Začal se objevovat nový žánr, reportáž, která přibližovala čtenáře s děním války. S následujícími událostmi v Evropě se tisk stával důležitou rolí propagandy totalitních režimů. Navíc se ve třicátých letech 20. století objevil konkurent tištěných médií v podobě rozhlasu a o několik desítek let později si oblibu získala televize (Večeřa, 2015).

V poválečném rozdělení světa na liberálně demokratický západ v čele s USA a komunistického východu dirigovaného Sovětským svazem se média včetně tisku vyvíjela odlišně. Ve východním bloku převládala přísná cenzura a komunistická propaganda a na západě se tisk demokraticky a svobodně rozvíjel. Až po pádu železné opony a rozpadu Sovětského svazu se média začaly formovat do podoby, jakou známe dnes (Bednařík, 2011).

2.3 Periodizace dějin českých tištěných médií

2.3.1 Vývoj českého tisku před vznikem ČSR

Protože české země byly součástí rakouského císařství, veškerý tisk byl v německém jazyce. V průběhu 17. a téměř celé 18. století byly pokusy o zavedení česky psaných novin, ale český jazyk v té době byl velmi strnulý a většina obyvatel některým novým výrazům nerozuměla. V roce 1826 se začaly tisknout Pražské noviny, jejichž vzestup se spojuje s příchodem Františkem Ladislavem Čelákovským. Díky jeho znalosti jazyků včetně češtiny, změnil zpravodajskou podobu novin a přestaly být závislé na německém tiku. Obsah Pražských novin se zabýval i zahraničním zpravodajstvím a předával tak informace o jiných politických systémech v ostatních zemích. Noviny měly i přílohu, Česká včela, která se snažila publikovat kvalitní českou i zahraniční literaturu (Bednařík, 2011).

Během revolučních let 1848 a 1849 využil Karel Havlíček Borovský zrušení předběžné cenzury a založil první český deník Národní noviny, které jsou považovány za základ politické žurnalistiky v Čechách. O pár let později se i na Moravě objevily Moravské noviny. V době Bachovského absolutismu se rozvoj tištěných médií dočasně zpomalil. Nejvíce se tisk začal rozvíjet v druhé polovině 19. století. V roce 1861 začal vycházet deník Národní listy, který v následujících letech patřil k těm nejúspěšnějším, a přispíval do něj svými fejetony i Jan Neruda. O něco později začala na Moravě vycházet Moravská Orlice. Vrcholem rozvoje tisku se stala sedmdesátá a osmdesátá léta 19. století, kdy noviny vycházely dvakrát denně a více se začaly orientovat na širší lidové vrstvy, obsah se začal více věnovat zábavě a inzerci než na politiku. Dalším úspěšným listem až do poloviny 20. století byla Národní politika. V roce 1893 začaly v Brně vycházet Lidové noviny, dnes našim nejstarším deníkem. Na konci 19. století se tisk často spojoval se strukturou nově vznikajících politických stran (Končelík, 2010).

Během první světové války byla zavedena velmi striktní předběžná cenzura. Vláda požadovala, aby české noviny publikovaly loajální články a zpravodajské informace z ciziny

přebírala pouze od Wolffovy tiskové kanceláře. Velký nedostatek papírů a odchod redaktorů na frontu způsobil pokles vývoje tisku (Bednařík aj. 2011).

2.3.2 Československý tisk v letech 1918 až 1945

Dne 28. října 1918 byla vyhlášena Československá republika a spolu s ní začala nová éra českého tisku. V ten samý den se také vytvořila Československá tisková kancelář, v té době již bylo běžné odebírání agenturního zpravodajství. Ve 20. letech přibyla tisku konkurence v podobě rozhlasu, ale i nadále tištěná média zastávala hlavní funkci ve zpravodajství. Prvorepublikový tisk se však začal vyvíjet již v období Rakouska-Uherska, kdy se koncem 19. století začaly vytvářet nové politické strany. V První republice měl silnou pozici stranický tisk, pomocí něj politické strany komunikovali se svými voliči. Existovaly dva typy stranických listů, takové, které byly pro vznik Československé republiky a listy, které byly proti vyhlášení samostatné republiky, například krajní pravice a fašistická uskupení s tituly Slovák a Fašistické listy (Národní museum, 2019).

V této době již bylo běžné rozdělení denního tisku na raníky a večerníky. V ranících se hlavně psalo o politice, večerníky se ještě navíc věnovaly zajímavostem v kultuře, ve sportu a zábavě. Objevovaly se také přílohy pro ženy a děti. Mívaly lákavější grafiku a obsahovaly více fotografií než raníky. Vedle stranických deníků také vycházely tzv. nezávislé deníky, které nesouvisely s žádnou tehdejší politickou stranou (Národní museum, 2019).

Tab. 2.1 Československé stranické deníky a nezávislý tisk za První republiky

Stranické listy			Nezávislé listy	
rok vydání	periodikum	pol. strana	rok vydání	periodikum
1861	Národní listy	Československá strana národně demokratická	1863	Moravská orlice
1893	Právo lidu	Československá strana sociálně demokratická	1893	Lidové noviny
1906	Venkov	Československá strana agrární	1883	Národní politika
1907 (1945)	České slovo (Svobodné slovo)	Československá strana národně socialistická	1919	Tribuna
1920	Rudé právo	Komunistická strana Československa	1924	Národní osvobození
1922 (1945)	Lidové listy (Lidová demokracie)	Československá strana lidová	1924	Přítomnost

Zdroj: (Vejpravová, 2013), vlastní úprava

Téměř všechna periodika, která jsou uvedeny v tabulce, vycházela skoro celé 20. století. Některá se během druhé světové války přejmenovala (Právo lidu na Národní práce), některá vycházela ilegálně (Rudé právo, Hálo noviny) a jiná se musela podřídit říšské cenzuře (Lidové noviny). V období protektorátu přešly tiskové záležitosti do pravomoci skupiny Tisk (Gruppe Presse), která byla podřízena Úřadu říšského protektora. Ten svolával pravidelné schůzky šéfredaktorů a diktoval jim, jak má vypadat obsah novin. Tisk mohl zprávy přijímat pouze prostřednictvím německé agentury Deutsches Nachrichtenbüro, která byla speciálně upravená pro protektorát. Hlavním rysem veškerého tisku byla nacistická propaganda. Během tohoto období se snižoval i počet stran jednotlivých novin až už z důvodu politického nebo hospodářského. (Štír, 2006).

Za války se někteří novináři zúčastnili odboje, patřili sem například, Julius Fučík, Milena Jesenská, Antonín Pešl. Podle poválečných statistik během let 1939 – 1945 bylo popraveno 112 novinářů (Julius Fučík, František Šelepa) nebo zahynuli v koncentračních táborech (Karel Poláček, Josef Čapek). Vedle českých odbojářů byli za protektorátu také čeští novináři, kteří se připojili k nacistické ideologii, a obsadili vedoucí místa v tištěných médiích, například Antonín Jaromil Kožíšek, Vladimír Krychtálek, Karel Werner, Emanuel Vajtauer, Jaroslav Křemen, Vladimír Ryba, Václav Crha, Rudolf Novák. Celkem bylo po válce za svou protektorátní činnost postaveno před mimořádné lidové soudy 84 novinářů a z nich 26 před Národní soud. Zmíněným osmi novinářům byl udělen trest smrti (Štír, 2006).

2.3.3 Československý tisk ve 2. pol. 20. st.

Po únorovém převratu v roce 1948, kdy se k moci dostala KSČ, se změnil přístup k československým médiím. Až do tzv. sametové revoluce 1989 podléhal tisk komunistické cenzuře a stal se nástrojem propagandy. Kontrola byla zaměřena nejen na noviny, ale i na periodika určená pro děti a mládež, například Dikobraz, ABC. Obsah vycházejících tiskovin byl pro všechny stejný, vyzdvihovat Sovětský svaz a vše pro komunistické a naopak kritizovat západní, americký kapitalismus (Ježek a Jiráček, 2014).

Tituly, které byly za války zakázány, se znovu obnovily (Rudé právo, Právo lidu), další si musely změnit název (Lidové listy na Lidovou demokracii, České slovo na Svobodné slovo) a ty, které za protektorátu vycházely legálně, byly zakázány (Národní politika, Venkov), zakázal se i nezávislý tisk. (Bednařík aj. 2011).

Nejvýznamnějším deníkem s nejvyššími náklady bylo Rudé právo, hlavní tiskový orgán komunistické strany. KSČ dále vydávala v Ostravě Novou svobodu a v krajích řídila stranické obdeníky nebo týdeníky, například jím byl brněnský týdeník Rovnost, který byl za protektorátu

zastaven. Ostatní politické strany v tehdejší Československu, musely některá periodika zastavit a mohla vydávat jeden nebo dva tituly, například Československá strana lidová si uchovala deník Lidová demokracie, Československá strana socialistická si udržela svůj deník Svobodné slovo (Končelík aj. 2010).

V Československu působilo několik významných společenských organizací, které vydávaly deníky i časopisy:

- Revoluční odborové hnutí (ROH), které vydávalo deník Práce, časopis Odborář, týdeník Technické noviny a Svět práce, populární humoristický časopis Dikobraz, první socialistický večerník Večerní Prahu a závodní časopisy
- Československý svaz mládeže, vydával deník Mladá fronta a periodika pro děti, například Mateřídouška, Ohníček, Pionýrské noviny, časopis Věda a technika mládeži, měsíčník ABC mladých techniků a přírodovědců, týdeník Mladý svět
- Československá armáda vydávala v nakladatelství Naše vojsko deník Obrana lidu, čtrnáctideníky Československá armáda a Československý voják
- Ministerstvo zemědělství vydávalo deník Zemědělské noviny

Pro tisk v 50. letech 20. století byla charakteristická jednota formy stylu. Tiskoviny nabízely nezajímavé mediální obsahy. Dominovaly rozsáhlé ideologické texty, například projevy komunistických funkcionářů, reklama či reportáž se úplně vytratily (Končelík aj. 2010).

V 60. letech, období nazývané Pražské jaro, dochází k tzv. demokratizaci médií. Do tisku se vrátily oblíbené žánry (interview, reportáže, fejetony) a postupně se uvolnily poměry nejen v tisku, ale i v jiných médiích. Na krátkou chvíli v červnu 1968 byla dokonce zrušena cenzura a přestaly tak státní zásahy do tisku. Demokratizaci médií, ke kterým došlo v průběhu jara a léta 1968, považovalo tehdejší vedení KSČ v čele s I. L. Brežněvem za ohrožení vedoucí úlohy KSČ. Byl to taky jeden z důvodů, proč v noci z 20. na 21. srpna obsadila vojska Varšavské smlouvy Československo. K vojenským cílům invaze patřilo také obsazení médií a jejich následné ovládnutí. Tehdy Československý rozhlas zastal hlavní funkci ve zpravodajství, a co nejrychleji informoval občany o invazi (Bednařík aj. 2011).

Období 70. a 80. let, které bývá označováno obdobím normalizace², s sebou přineslo návrat kontroly veškeré mediální produkce. Vláda ustanovila Vládní výbor pro tisk a informace, který měl koordinovat opatření a směrnice k činnosti médií. Zároveň byl schválen zákon, který

² Zbavení se všech náznaků liberalizace, která se začala prosazovat v 60. letech, posílení prvků kontroly veřejného života a zajištění stability

obnovil předběžnou cenzuru, k té však docházelo ojediněle, častěji byla následná cenzura, která postihovala novináře a šéfredaktory. V normalizačním období se struktura periodik skoro nezměnila a jejich nabídka zůstávala stejná, velmi oblíbenými se staly například časopisy o životním stylu. Vedle oficiálních médií se v 80. letech vydávaly i samizdatové³ tisky, které hrály důležitou roli pro vývoj tisku po roce 1989. Patřily sem například Lidové noviny, kde působily významné osobnosti jako Václav Havel, Ludvík Vaculík nebo Jiří Hanák (Ježek a Jiráček, 2014).

Sametová revoluce v roce 1989 přinesla po dlouhé době demokracii v tisku, v rozhlasu i v televizi. V 90. letech začala velká privatizace podniků a média se tak rozdělila na dva typy - veřejnoprávní a soukromá, která přetrvávají dodnes. Další změna nastala 1. ledna 1993, kdy se Československá republika rozdělila na Českou a Slovenskou republiku a následně se tak vytvořila Česká tisková kancelář (ČTK), Česká televize a Český rozhlas (Bednařík aj, 2011).

Mnoho periodik se zachovalo dodnes například, Mladá fronta (v současnosti Mladá fronta DNES) a Rudé právo (od poloviny 90. let pouze Právo). Jiné tiskoviny zanikly (Práce, Lidová demokracie či Svobodné slovo). K obnoveným titulům jistě patří Lidové noviny. Od poloviny 90. let začaly vznikat nová periodika (Respekt, Revolver revue, Reflex Cosmopolitan) a rychle se začal vytvářet bulvární tisk jako je Blesk, Aha!. Na přelomu 20. a 21. století se začaly spolu s novými tituly vytvářet i nové televizní a rozhlasové stanice. V tomto období se také začíná rozvíjet internet, ze kterého se postupem času stává nejrychlejší zdroj informací. (Ježek a Jiráček, 2014).

2.4 Tisk v současnosti

Změny, ve kterých během století docházelo, se projeví i v práci novinářů. V 19. století využívali tužku a papír, ve 20. století psali na stroji a používali megafon, diktafon a fotoaparát, dnes se novináři neobejdou bez počítače, internetu, mobilního telefonu a digitálního fotoaparátu (Večeřa, 2015).

Tištěná média, hlavně noviny se ocitla pod velkým tlakem nových médií, rozhlasem a televizí. Přesto svým majitelům přinášela zisk, který byl mnohem vyšší než v digitálním prostředí. Od roku 2000 se však začal rychle vyvíjet internet a začalo se měnit postavení dosavadních tištěných i vysílacích médií (Večeřa, 2015).

³ Označení pro vydávání zakázané literatury nebo literatury zakázaných autorů

Média v internetovém prostředí začala postupně doplňovat a někdy i nahrazovat tisk a rozhlasové i televizní vysílání, taky oslabovat a přebírat další funkce. Periodický tisk, který byl oslabený již v předchozím období televizí a rozhlasem, začal výrazněji ztrácet na významu a ekonomické síle. Řada novin po celém světě začala vycházet také v online verzi na internetu. (Bednařík aj. 2011).

Noviny se také změnily po obsahové stránce. Evropské i severoamerické společnosti zaujímaly k mnoha věcem liberálnější postoj. Hodně se diskutovalo o lidské svobodě a jejích mezích, o právu užívat drogy, o eutanázií. Začalo se také psát o dříve tabuizovaných tématech, jako byla erotika, sex i odlišnosti v sexuální orientaci. Stále však ve zpravodajství ať v tištěné nebo televizní podobě přetrvává aktuálnost, zajímavost, stručnost a konflikt (Večeřa, 2015).

V posledních desetiletí tištěným médiím, konkrétně novinám prudce klesají náklady, protože přicházejí o čtenáře. Mladou generaci přitahuje spíše internet a další nová média. Přesto noviny přinášejí komentáře znalců, pronikavé analýzy, recenze a kritiky. Kvalitní noviny, které jsou zaměřené na publicistiku, mohou být příznivým projektem za předpokladu, že si najdou své publikum. Večeřa uvádí, že: „Takové noviny už asi nebudou vycházet denně, možná dojde k oživení týdenní periodicity, která byla dominantní v 17. století“ (Večeřa, 2015).

2.4.1 Nejpobulárnější tištěná média vybraných zahraničních zemí

Jak již bylo zmíněno v předchozí kapitole, vývoj internetu měl za následek snížení nákladů mnoha světových deníků, přesto ale existují periodika, která si drží své místo na trhu.

Následující tabulky zobrazí, deset nejpobulárnějších periodik ve vybraných zahraničních zemích podle průzkumu z ledna 2019. Protože se v předchozích podkapitolách psalo o vývoji tisku v rozhodujících zemích, stejné budou zmíněné i níže.

Tab. 2.2 Deset nejpopulárnějších novin v USA a vybraných evropských zemí

	Spojené státy Americké	Spojené Království Velké Británie a Severního Irska	Francie	Německo
1	USA Today	Metro FREE	Le Monde	Bild
2	The Wall Street Journal	The Sun	Le Figaro	DIE WELT
3	The New York Times	Daily Mail	Libération	Süddeutsche Zeitung
4	New York Post	the Sun on Sunday	Le Parisien	Frankfurter Allgemeine
5	Los Angeles Times	The Mail on Sunday	Mediapart	DIE ZEIT
6	The Washington Post	London Evening Standard FREE	Le Canard Enchaîné	taz.die tageszeitung
7	Star Tribune	The Sunday Times	Charlie Hebdo	Handelsblatt
8	Newsday	Daily Mirror	Le Monde Diplomatique	der Freitag
9	Chicago Tribune	Sunday Mirror	Le Echos	Bild am Sonntag
10	The Boston Globe	The Times	L'Equipe	Der Tegesspiegel

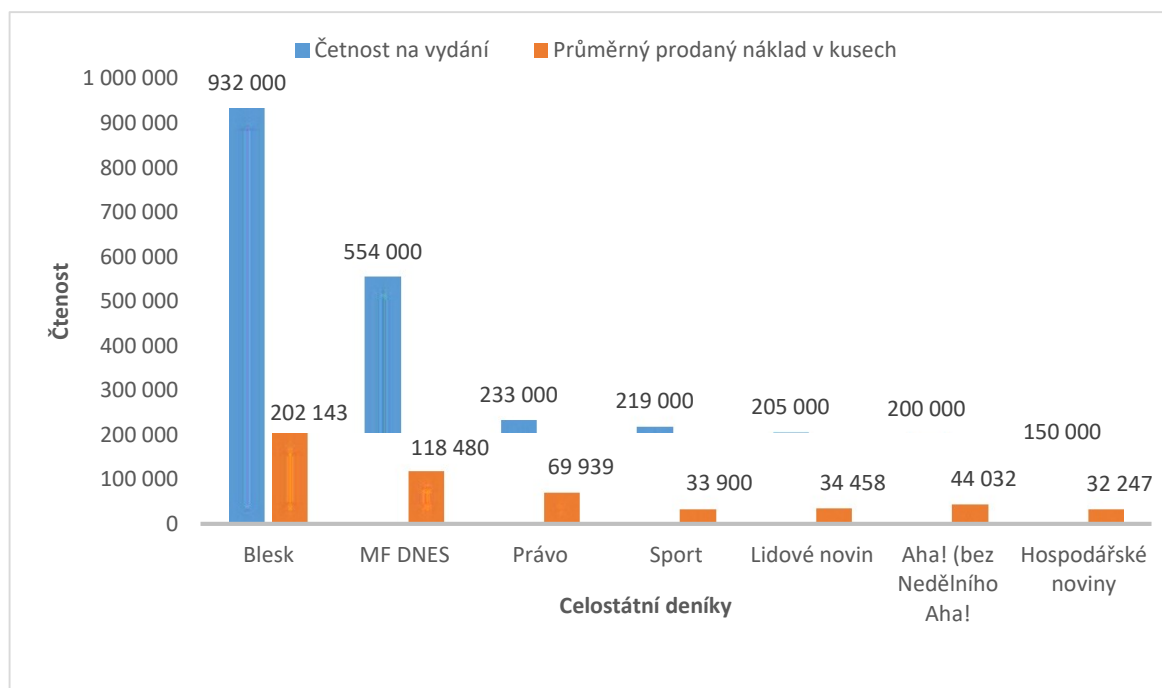
Zdroj: vlastní zpracování, 2019

Ve dvou evropských státech uvedených v tabulce (Anglie a Německo), pokud se nepočítá anglické bezplatné Metro, dominuje bulvární tisk. Dalšími státy jsou například Polsko, Belgie a Slovensko. Výjimkou je Francie, kde se stále na první příčce drží zpravodajské deníky a Spojené státy, kde rovněž dominuje seriózní tisk.

2.4.2 Nejpopulárnější tištěná média v České republice

Podobně jako ve zmíněných evropských zemích a USA se vyvíjel i český tisk. Rychlý nástup internetu způsobil snížení nákladů tištěných médií. Dnes má většina periodik svou online verzi, což je mnohem rychlejší zdroj informací než tištěné noviny. Přesto se tzv. tradiční média stále udržují na trhu. Podle dat z Unie vydavatelů ČR, následující graf zobrazí nejčtenější celostátní deníky

Graf 2.1 Nejčtenější celostátní deníky v ČR



Zdroj: Unie vydavatelů, 2019

Z výše uvedeného grafu vyplývá, že na první příčce nejčtenějších novin patří bulvární deník Blesk, jak tomu je i ve většině evropských zemí. Po něm následují s poměrně velkým číselným rozdílem seriózní noviny (Unie vydavatelů, 2019).

3 Charakteristika odborných časopisů

Předchozí kapitola byla věnována nejzákladnějšímu tištěnému mediu, tedy novinám, které jsou určeny téměř pro každého. Časopis je odlišným typem tištěného média, konkrétně v obsahu, struktuře, aktuálnosti a zaměřením na čtenáře.

Dnešní doba lidem nabízí nespočet zájmů a koníčků, o nichž se podrobněji můžou dozvědět v jednotlivých časopisech, které se obsahově zaměřují na nejružnější témata z oblasti techniky, vědy, historie, kultury, přírody, módy, sportu, hospodaření, zvířat a mnoho další. Časopisy se svým obsahem také přizpůsobují oběma pohlavím a věkové kategorii.

Spolu s novinami se časopisy řadí do periodického tisku a řídí se tiskovým zákonem. Podobně jako další tištěná média i časopisy bojují o své místo na trhu. S rozvojem internetu a elektronických publikací se u jednotlivých tištěných časopisů snižují náklady.

3.1 Časopis

Časopisy vycházejí pravidelně v určitém místě, s jednotýdenní až půlroční periodicitou. Od novin se liší aktuálností, větší podrobností probíraných témat a grafickou úpravou. Svou strukturou, stavbou textu a celkovým zaměřením je tato tiskovina určena vyhraněnému okruhu čtenářů, který je již informován a hledá podrobnější nebo specializované údaje (Osvaldová, 2002).

Ve Slovníku žurnalistiky se uvádí, že časopisy lze rozlišit podle několika kritérií:

- a) podle věku na časopisy pro děti, -náctileté, dospělé a seniory,
- b) podle zájmů, například auto-moto, hudba, zahrada,
- c) podle pohlaví na časopisy pro ženy a pro muže,
- d) podle odbornosti na časopisy pro nejružnější profese,
- e) podle obsahu a zaměření na segment publika, jako jsou rodinné, popularizační a odborné (Halada, 2017).

Další definici časopisu můžeme nalézt i v zahraniční publikaci We love magazine, kde je uvedeno, že časopis nebo také magazín je komerční, periodická publikace určená pro obecnou spotřebu. Komerčními časopisy se rozumí takové, které vyházejí za účelem zisku, výjimkou jsou například časopisy vydávané uměleckými sdruženími nebo charitou (Losowsky, 2007).

Časopisy se od novin liší především delší periodicitou, cílenějším zaměřením na užší cílovou skupinu čtenářů, vyšší cenou a lepší grafickou úpravou. Na rozdíl od deníků, u kterých

je charakteristická informační univerzálnost a aktuálnost, časopisy nepodávají aktuální zprávy, většinou zastávají zastaralé události a převažují u nich publicistické žánry. Časopisy obvykle vycházejí týdně, po čtrnácti dnech, měsíčně, čtvrtletně, nebo nepravidelně. Co se týká formátu, nejtypičtějším jsou A3 nebo A4, ale vyskytují se i výjimky (Halada, 2017).

3.1.1 Odborný a populárně naučný časopis

Odborný časopis, někdy také označován jako vědecký časopis je publikace, která informuje o výsledcích akademického výzkumu a vývoje z oblasti vědy. Na rozdíl od běžných časopisů, se liší tím, že články prochází přísnou kontrolou kvality, mívají podobnou strukturu a obvykle jsou úzce specializované. Významná část vědecké práce bývá zakončena právě ve vědeckém časopise (Večeřa, 2015).

Jejich kvalita je posuzovaná ze dvou hledisek. Jedním z nich je tzv. recenzní řízení, při kterém jsou články před svým publikováním posuzovány nezávislými odborníky a označují se za recenzované časopisy. Jejich hodnocení vychází z obecných hledisek, které musí splňovat odborný časopis. Nejčastěji to jsou novost, kreativita, nejistota, systematickosti a opakovatelnost (Nová, 2018).

Další hledisko, podle kterého jsou vědecké časopisy hodnoceny, je podle výpočtu tzv. impakt faktoru (IF). Jde o číslo, které ukazuje, kolikrát bývá článek z daného periodika dále citován. Výše IF daného časopisu určuje prestiž a kvalitu publikovaných článků (Nová, 2018).

Odborné časopisy jsou určeny pro specializované publikum, které je v daném odvětví již vzdělané (Večeřa, 2015).

Populárně naučný časopis je určen pro široké publikum s nejrůznějšími zájmy. Tady se periodika rozděluje podle nejrůznějších kritérií, aby si mohli vybrat děti, mládež, dospělí a senioři. Množství těchto časopisů je velmi rozsáhlé a na rozdíl od odborných časopisů se jejich úspěšnost posuzuje podle prodaných výtisků a četnosti.

Články jsou psány tak, aby jim porozuměl každý čtenář, pro který je časopis určen a zároveň se informoval a vzdělával. Proto je důležité, aby autoři článku populárně naučných časopisů uměli dobře podat vědecké téma a vyhnout se odborným termínům.

3.2 Vývoj časopisů

Časopisy se začaly vyvíjet spolu s novinami v 17. století, protože díky stávající technice tisku mohla být využita i pro publikační účely. K většímu rozvoji však došlo teprve ve druhé polovině 18. století, kdy se časopisy staly důležitým prostředkem šíření osvícenských myšlenek. Vůbec první časopisy, které vznikaly, byly převážně vědecké (Večeřa, 2015).

Podobně jako dnes, ani v minulosti nehrála aktuálnost u časopisů primární roli. Časopisy byly obsahově kratší, levnější a univerzálnější než knihy a čtenářům nabízely při menších nákladech větší tematickou pestrost. Informační zdroje mnohých časopisů byly odlišné od novin, například na vědeckých časopisech byla vyžadována spolupráce členů vědecké komunity, což mělo za následek zdražování časopisů a omezení počtu publika, jak z hlediska finančního, tak z hlediska vzdělání. Časopisy navíc vyžadovaly obrazový doprovod a byly tak oproti novinám složitější na výrobu. V té době ještě neexistovaly fotografie, proto bylo zapotřebí zkušených výtvarníků (Večeřa, 2015).

Periodicita časopisů se lišily podle jejich obsahu. Moralistické časopisy vycházely jednou týdně, ale většina časopisů vycházela měsíčně nebo čtvrtletně a některé z nich se objevovaly i jednou ročně. Vytvořit pestrý obsah časopisu za tehdejších podmínek bylo velmi obtížné nejenom pro týdeníky ale i měsíčníky nebo čtvrtletníky (Večeřa, 2015).

Význam časopisů vzrostl s procesem, v němž se rodila vzdělaná, kritická a debatující veřejnost a s šířením osvícenské ideologie. Vytvářely se myšlenkové předpoklady k zásadní společenské změně a k budování základů moderní společnosti. Jejich pestrost navíc zvýšilo rozšíření fotografie (Večeřa, 2015).

V následujících století zůstávala funkce časopisů nezměněná. I nadále platilo, že aktuálnost není prioritou a měly půlroční a nejvyšší týdenní periodicitu. S rozvojem společnosti a vzdělanosti rostl i počet témat, která byla podrobněji zpracována, a jejich okruh čtenářů byl omezený s ohledem na specifčnost prezentovaných témat (Večeřa, 2015).

Časopisy se navíc začaly obsahově přibližovat širokému publiku. Byly populární a snadno přístupné. Preferovala se zábavná témata a univerzální obsah. Patřily sem například, magazíny, zpravodajské týdeníky, ekonomické magazíny, programové časopisy, dále časopisy pro ženy, muže, děti a mládež a seniory. Rozšířily se i specializované časopisy pro nejrůznější profese a odborné časopisy. Ty však už neměly takové postavení jako na počátku jejich vzniku (Večeřa, 2015).

Ve 20. století se časopisy nemusely obávat vzniku rozhlasu, jak tomu bylo u novin, teprve až televize způsobila ztrátu zájmu o ně. Stále však vznikaly nové tituly s nejrůznější tematikou

a specializací. S nástupem nového média, internetu, se zájem postupně snižoval a sním i náklady, jak tomu bylo u všech tištěných médií (Večeřa, 2015).

3.2.1 Vznik prvních časopisů ve vybraných zahraničních zemích

První časopisy se objevily v polovině 17. století ve Francii a Anglii: v lednu 1665 byl založen francouzský vědecký časopis *Le Journal des Sçavas* a od března 1665 pak anglická Královská vědecká společnost vydávala vědecký časopis *Philosophical Transactions of the Royal Society*. Další časopisy vycházely i v Itálii, kde v roce 1668 byl založen *Giornale de' Letterati*. V Německu na počátku šedesátých a sedmdesátých let 17. století vznikl vědecký časopis *Acta Eruditorum* vydávaný v Lipsku. V Americe se začátky časopisů datují od roku 1741, kdy ve Philadelphii byly založené tituly *The General Magazine and Historical chronicle* Benjaminem Frenklinem a *The American Magazine* tiskaře Andrewa Bradforda. Nejdříve byly časopisy vědecké nebo učené, k nim se později přidávaly historicko-politické časopisy a moralistické týdeníky, mezi něž se řadí zábavné a ženské časopisy (Večeřa, 2015).

Zábavné časopisy mají svůj původ ve Francii. Obsah časopisů se soustředil na společenskou kroniku a módu. Roku 1672 vznikl *Le Mercure galant*, který se stal vzorem pro další evropské zábavné časopisy (Večeřa, 2015).

Během osvícenství se objevily i první známky ženské emancipace a začalo se formovat ženské čtenářské publikum. Už na konci 17. století se v Anglii objevil první ženský časopis *The Ladie's Mercury*. Obsah těchto časopisů se věnoval partnerským vztahům, popisoval úlohu ženy jako manželky, matky a dcery, také se soustředil na módu či kosmetiku (Večeřa, 2015)

Časopisy v 19. století se rozvíjely podobně bouřlivě jako noviny. Bohatá diferenciací časopiseckých typů byla charakteristická již v 18. století, nyní došlo k rozšíření typologie o rodinné časopisy a ilustrované magazíny. Spojovala je snaha oslovit široké publikum, byly levné, zaměřovaly se na zábavný obsah a ilustrace. Rozvíjely se humoristické časopisy, zaměřující se na politickou satiru. Více se také začaly šířit časopisy pro ženy (Večeřa, 2015)

3.2.2 Vznik prvních časopisů na českém území

Podobně jako v jiných zemích i na českém území nejdříve vznikaly odborné a vědecké časopisy. Ze začátku byly psané v německém jazyce. Průkopníkem vědeckých časopisů byl v roce 1779 Josef Dobrovský se svým čtvrtletníkem *Böhmische Literatur auf das Jahr*, který informoval o pražské univerzitě, o knihách a vzácných tiscích v knihovnách, dále časopis uveřejňoval oznámení o nových knihách a zabýval se vědeckými institucemi (Bednařík, 2011)

Na přelomu 18. a 19. století vycházely v Čechách časopisy, které byly překlady německých vědeckých časopisů. V roce 1786 vycházel měsíčník Učitel lidu, který byl překladem německého Der Volkslehrer. Periodikum se snažilo pomoci zvýšit úroveň výuky na vesnických školách a navíc přinášel moralistické příběhy. V roce 1806 básník Jan Nejedlý začal vydávat čtvrtletník Hlasatel český. Časopis byl zaměřený na obranu češství a slovanství (Bednařík, 2011).

V roce 1821 vznikla vědecká revue Krok s podtitulem Veřejný spis všenaucný pro vzdělance národa českoslovanského. Působili zde osobnosti jako Jan Svatopluk Presl, Jan Evangelista Purkyně, Antonín Marek, kteří se snažili položit základy české odborné terminologie. Časopis se věnoval přírodním vědám a literatuře. Problémem periodika byl však nízký počet čtenářů, protože bylo stále málo vzdělaných Čechů (Bednařík, 2011).

Český tisk kladl od samého počátku důraz na vlastenecké zájmy. Nejvíce českých časopisů začalo vycházet v druhé polovině 19. století, byly to například Květy (1865 – 1872), Světozor (1867-1899), Zlatá Praha (1865 – 1929). Společným rysem všech zmíněných časopisů byly ilustrace. Tento rys je v první řadě odlišoval od novin (Dlábková, 2016).

3.2.3 Nejstarší časopisy na dnešním světovém a českém trhu

Z níže uvedené tabulky, lze vidět tituly, ze kterých se jeden udržel na trhu více jak 300 let, viz první uvedený vědecký časopis. Další časopisy mají více jak stoletou tradici a řadí se mezi oblíbená periodika ve své zemi.

Některé z nich vycházejí i v dalších zemích v tamním jazyce, například módní magazíny Vogue, Harper's Bazaar, erotický Playboy a vědecký National Geographic. Charlie Hebdo je známý svými karikaturami a v lednu roku 2015 se redakce časopisu stala terčem teroristického útoku v Paříži.

Tab. 3.1 Nejstarší prodávané tituly v zahraničí

Titul	Země	Vychází od	zaměření
Philosophical Transaction	Velká Británie	1660	vědecký
Harper's Bazaar	USA	1867	móda
National Geographic	USA	1888	vědecký
Vogue	USA	1892	móda
Le Canard enchaîné	Francie	1915	humoristický
Der Spiegel	Německo	1947	investigativní
Stern	Německo	1948	společenský
Playboy	USA	1953	erotický
Charlie Hebdo	Francie	(1969-1981) 1992	humoristický

Zdroj: (Večeřa, 2015) vlastní úprava

Následující tabulka, ukazuje nejstarší české tituly, které pravidelně vychází dodnes. Opět se mezi nejstarší řadí vědecké a odborné časopisy. Na rozdíl od předchozích světových titulů pak následovaly časopisy pro děti a poté periodika určená pro ženy. Měsíčník 100+1 se řadí mezi nejčtenější periodika v České republice.

Tab. 3.2 Nejstarší prodávané tituly v ČR

Titul	vychází od	zaměření
Časopis Matice Moravské	1869	odborný
Vesmír	1871	přírodovědný
Turista	1889	cestovatelský
Český časopis historický	1895	vědecký
Mateřídouška	1945	pro děti
Vlasta	1947	lifestylový
Květy	pravidelně od 1951	společenský
Lidé a země	1951	cestovatelský
ABC	1957	pro děti
Dějiny a současnost	1959	kulturněhistorický
100+1 zahraniční zajímavosti	1964	populárně naučný
Čtyřlístek	1969	pro děti

Zdroj: vlastní výzkum, 2019

3.3 Časopisy s historickou tematikou na českém trhu

Na českém trhu působí několik nakladatelství, která vydávají populárně naučné časopisy se zaměřením na historii. Největší české vydavatelství s tímto zaměřením je EXTRA PUBLISHING, s.r.o., který nabízí i nejvíce časopisů o historii. Další vydavatelství, které je třeba zmínit, se nazývá RF HOBBY, s.r.o., to však nenabízí takové množství periodik, jako předchozí.

3.3.1 Nabízené tituly vydavatelství EXTRA PUBLISHING, s.r.o.

Vydavatelství bylo založeno v září 2006 a řadí se mezi nejsilnější a největší v České republice v segmentu populárně-naučných časopisů podle počtu vydaných titulů ročně. Vydává časopisy s vědecko-technickou, historickou a military tematikou. Všechny nabízené tituly jsou uvedené v příloze, (viz Příloha 2).

Od roku 2008 vydává Extra Publishing časopis Živá historie. Měsíčník pojednává o bitvách, válkách a politice. Přibližuje denní život lidí v konkrétní době, dále prozkoumává mýty a záhady, dějiny vědy a vynálezů. Každé číslo je navíc doprovázeno dárkem v podobě repliky

vzácného historického artefaktu, například mapy, staré listiny, rukopisy či kroniky, ale také dobové noviny nebo časopisy (Extra Publishing, 2006).

Čtenáře zmíněného magazínu tvoří obvykle lidé se středoškolským a vysokoškolským vzděláním z různých oborů se zájmem o historii a všeobecný přehled. Jsou to stejní lidé, kteří sledují i ekonomické a společenské týdeníky a jejichž zájmem je mít především kvalitní informace (Extra Publishing, 2006).

3.3.2 Vydavatelství RF HOBBY s.r.o. a jeho nabízené tituly

RF HOBBY s.r.o. bylo založeno v roce 1998 a v současné době vydává více než 60 tištěných titulů, čímž se řadí spolu s Extra Publishing s.r.o. mezi nejvýznamnější vydavatelství v České republice. Vydává společenské, populárně naučné časopisy, křížovky, časopisy pro ženy a o životním stylu. Tituly s historickou tematikou jsou uvedené v příloze 3, (viz Příloha 3), (RF HOBBY, 2019).

Od roku 2008 vydává RF HOBBY časopisy History revue. Podle čtenosti se tento měsíčník řadí mezi nejpopulárnější periodika s historickou tematikou, které od roku 2008 vydává RF HOBBY s.r.o. History revue je titulem s širokým tematickým záběrem. Není to spekulativní časopis, naopak se vyznačuje racionálností. Jednotlivými historickými tématy se zabývá do hloubky a jednotlivé příběhy a osudy dává více do časových souvislostí. (RF HOBBY, 2019)

Cílovou skupinu tvoří kultivovaní muži i ženy se středoškolským a vysokoškolským vzděláním. Jde převážně o dobře situované čtenáře v produktivním věku od 20 do 45 let, kteří se zajímají o historii (RF HOBBY, 2019)

4 Metodika shromažďování dat

4.1 Metoda výzkumu

Vzhledem k tématu bakalářské práce, jejíž podstatou je obsahová analýza vybraných časopisů s historickou tematikou, byla vybrána metoda kvantitativní obsahová analýza, která je tradičním nástrojem, co se týče zkoumání mediálních obsahů.

4.1.1 Cíl práce

Cílem práce je zjistit, jakými hlavními tématy se vybrané časopisy v konkrétním období zabývají, čemu dávají přednost a co naopak nezmiňují. Cílem výzkumné metody pak bude ukázat hlavní obsahovou náplň časopisů.

4.1.2 Kvantitativní obsahová analýza

Tato metoda zkoumá, jakými tématy se média zabývají a jak velký prostor jim věnují. Je schopna popsat proměnu mediálního obsahu v delším časovém horizontu. Dále umožňuje snadné srovnávání různých typů médií a médií různých mediálních krajin a do jisté míry předpokládá, jaká témata bude veřejnost považovat za důležité (Trampota a Vojtěchovská) 2010).

Základem výzkumu obsahu médií je zejména rozložení obsahů zkoumaných vzorků do zvolených tematických kategorií, kterých může být celá řada, například ekonomika, politika, sport, počasí a kultura apod. Důležitým prvkem je také, jaké médium je předmětem zkoumání, protože se může očekávat odlišná povaha témat u zpravodajských deníků nebo u specializovaných periodik (Trampota a Vojtěchovská, 2010).

Charakteristickým rysem kvantitativní obsahové analýzy je vysoká míra strukturovanosti a spolu s tím je i spojený vysoký stupeň ověřitelnosti. Postup této metody podléhá explicitně formulovaným pravidlům (Schulz, 2004).

Protože tato metoda využívá kvantifikaci a statistické procedury, je jejím kladem schopnost zpracovat velké množství textů. Naopak pro zpracování malého množství obsahů médií není tato metoda vhodná. Podle Helmut Sherera definuje metodu takto: „kvantitativní výzkumná metoda pro systematický a intersubjektivně ověřitelný popis komunikačních obsahů, vycházející z vědecky podloženého kladení otázek.“ (Schulz, 2004).

Kvantitativní obsahová analýza se skládá z několika základních kroků:

1. Formulování výzkumné otázky nebo hypotézy – musí být na první pohled jasné, co bude předmětem sledování v obsahu vybraných médiích.
2. Operacionalizace – v této části je třeba zkoumaná data vypracovat systematická, tedy všechna stejným způsobem a intersubjektivně, což znamená, aby ten, kdo provádí stejný výzkum a postupuje podle stejné metody, dosáhl stejných výsledků.
3. Plánování a organizace – fáze, ve které je třeba si vymezit časový i organizační průběh šetření. Vypracovává se plán kódování, který zahrnuje také zkoušku, jaké velké množství dat je možné za určitou dobu zpracovat, aby bylo možná lépe odhadnout celkovou dobu analyzování.
4. Přípravná a ověřovací fáze – důležité z důvodu zpětného zjištění spolehlivosti kódování pomocí tzv. pilotního výzkumu. Ukáže-li se, že skrze pilotní výzkum byly nalezeny nedostatky, doporučuje se změnit pracovní postup.
5. Sběr dat – práce s prameny, kdy je zpracovávána jednotka po jednotce
6. Vyhodnocení – jde o finální fázi, ve které dochází k analýze získaných dat a jejich interpretaci (Wimmer, Dominic, 2006).

Autoři Wimmer s Dominickem uvádějí, že tato posloupnost nemusí být vždy dodržována a úvodní kroky analýzy lze kombinovat.

4.2 Charakteristika výběrového souboru

Základní složkou výzkumu budou všechny články obsažené v magazínech Živá historie a History revue ve všech měsících v roce 2009 a 2017. Pro výzkum byly vybrány tyto časopisy, jelikož oba začaly vycházet od poloviny roku 2008 a také se v České republice řadí mezi nejoblíbenější populárně-naučná periodika se zaměřením na historická témata.

Zkoumány budou témata článku a související fotografie s obsahem textu. Jaká témata se nejčastěji vyskytují, jaká jen příležitostně a která pouze okrajově, jako zajímavost.

4.2.1 Charakteristika zkoumaných časopisu

Měsíčník Živá historie spadá pod vydavatelství Extra Publishing s.r.o., druhý zkoumaný magazín, History revue je vydáván RF HOBBY s.r.o. Obě periodika byla vybrána účelově, protože jsou zaměřená na historii a vše co s ní souvisí, jako jsou vynálezy, objevy, archeologické vykopávky.

Živá historie

Periodikum, které zaujímá druhé místo nejpobulárnějších časopisů podle SCIAP 2014 Akademie věd ČR. Od roku 2008 jej vydává EXTRA PUBLISHING s.r.o. Měsíčník pojednává o bitvách, válkách a politice. Přibližuje denní život lidí v konkrétní době, dále prozkoumává mýty a záhady, dějiny vědy a vynálezů. Každé číslo je navíc doprovázeno dárkem v podobě repliky vzácného historického artefaktu, například mapy, staré listiny, rukopisy či kroniky, ale také dobové noviny nebo časopisy (Extra Publishing, 2006).

Čtenáře zmíněného magazínu tvoří obvykle lidé se středoškolským a vysokoškolským vzděláním z různých oborů se zájmem o historii a všeobecný přehled. Jsou to stejní lidé, kteří sledují i ekonomické a společenské týdeníky a jejichž zájmem je mít především kvalitní informace (Extra Publishing, 2006).

History revue

Podle čtenosti se tento měsíčník řadí mezi nejpobulárnější periodika s historickou tematikou, které od roku 2008 vydává RF HOBBY s.r.o. History revue je titulem s širokým tematickým záběrem. Není to spekulativní časopis, naopak se vyznačuje racionálností. Jednotlivými historickými tématy se zabývá do hloubky a jednotlivé příběhy a osudy dává více do časových souvislostí. (RF HOBBY, 2019)

Cílovou skupinu tvoří kultivovaní muži i ženy se středoškolským a vysokoškolským vzděláním. Jde převážně o dobře situované čtenáře v produktivním věku od 20 do 45 let, kteří se zajímají o historii (RF HOBBY, 2019)

4.2.2 Definování cíle výzkumu

Na základě cíle bakalářské práce byly stanoveny následující hypotézy, které budou po zjištění výsledku obsahové analýzy potvrzeny nebo zamítnuty.

H1: Časopis Živá historie se z 60 % zabývá obdobím středověku.

H2: Časopis History revue se z 15 % procent zabývá starověkem a antikou.

H3: Časopis Živá historie se z 20 % zabývá II. světovou válkou.

H4: Časopisy History revue a Živá historie se z 5 % zabývají náboženstvím.

Předchozí hypotézy byly stanoveny z následujících důvodů: II. světová válka byla největším světovým konfliktem a velmi často je zpracovávána v podobě dokumentů, filmů, knižních románů a odborné publikace. Starověk a antika se pojí s počátky vyspělých civilizací, kulturou a významných staveb, které jsou obdivovány po celém světě. Období středověku je

obdobím velkých objevů a vynálezů. Náboženství hrálo velkou roli ve společnosti, nejen v Evropě ale i v jiných částech světa. Bylo často hlavním důvodem sporu, který v některých zemích přetrvává dodnes.

Rozsah článků daných témat bude měřen na základě počtu slov a bodován následovně:

méně než 300 slov: 1 bod

301-500 slov: 2 body

501-700 slov: 3 body

701- 900 slov: 4 body

Více než 900 slov: 5 bodů

Článek může být za rozsah uděleno maximálně 5 bodů

Vizuální příloha bodována na základě přítomnosti či nepřítomnosti fotografie. Pokud nebude k tématu zobrazená fotografie, neobdrží žádný bod. Případě jedné fotografie 1 bod, v případě více fotografií 2 body. Dále se bude zkoumat barevnost fotografie, šedá fotografie 1 bod, barevná fotografie 2 body. V této kategorii tak mohou být tématu uděleny maximálně 4 body.

Pokud zmíněné téma bude hlavním tématem, bude ohodnocen 3. body, pokud bude vedlejší tématem, obdrží 2 body a pokud bude pouze okrajovým, získá 1 bod.

H5: Časopisy Živá historie a History revue popisují významnou osobnost.

Pátá hypotéza byla stanovena na základě předpokladu: s dějinami jsou spojovány významné historické osobnosti, například panovníci, vědci, váleční bojovníci, objevitelé.

H6: V každém čísle bude článek o události, která se stala v daném měsíci.

H7: Časopisy vydané v květnu, se budou věnovat koncem II. světové války

H8: Březnová čísla roku 2009 budou zmiňovat okupaci a vznik Protektorátu Čechy a Morava. Listopadová čísla roku 2009 se budou zabývat událostmi z roku 1989.

Hypotézy 6, 7 a 8 byly stanoveny na základě těchto předpokladů: v některých měsících se staly převratné události v dějinách lidstva, které je třeba připomenout. Navíc v roce 2009 uplynulo 70 let od okupace tehdejšího Československa Německem. V roce 1989 skončilo rozdělení světa na východní a západní blok.

V této části nebudou přiděleny jednotlivé body, ale pouze se označí ANO, obsahuje nebo NE, neobsahuje.

H9: Reklama a inzerce bude v obou časopisech obsažena stejně, do 10 %.

H10: Z 30 % se budou oba měsíčníky zabývat českou historií. 60 % bude tvořit historie ze světa.

Hypotézy 9 a 10 se určí na základě celkového počtu stránek a z toho se vypočítá, kolik stránek se věnuje reklamě, inzerci, české historii a světové historii. Celkový počet stránek tedy tvoří 100 %. Do kategorie nebude započítána obálka časopisu.

5 Analýza výsledku výzkumu

5.1 Charakteristika zkoumaného vzorku

Výběrový soubor pro účely provedení kvantitativní analýzy se staly články zveřejněných v časopisech Živá historie a History revue v ročnících 2009 a 2017. V časopisu Živá Historie bylo napočítáno 30–35 článků v každém čísle vydaných v roce 2009. V Číslech časopisu vydané v roce 2017 bylo napočítáno 25-30 článků. History revue v obou ročnících obsahuje 30-35 článků.

Další výběrový soubor byla fotografie obsažená v jednotlivých člancích. Každý článek obsahoval minimálně 2 fotografie a maximálně 4 fotografie na stránce. Dohromady tedy časopisy obsahují 100-140 fotografií.

5.1.1 Struktura měsíčníku Živá historie

Ročník 2009 se skládá z deseti čísel. Spojené jsou měsíce leden, únor a červenec, srpen. Časopis má dohromady 82 stránek a velká část textu je na barevném pozadí. Bílé či světlé pozadí není tak časté.

Každé jednotlivé vydání má následující rubriky:

- Objevy a věda
- Válka a politika
- Legendy a náboženství
- Život a umění
- Historie v současnosti

Ročník 2017 je složen rovněž z deseti čísel a stejně tak jsou spojené měsíce jako v roce 2009. Počet stránek zůstal nezměněný. Články jsou psány převážně na světlém nebo bílém pozadí.

Rubriky jednotlivých čísel v tomto ročníku jsou následující, ale ne vždy zahrnuje všechny, které jsou uvedeny:

- Věda a umění
- Válka a politika
- Život v historii
- Legendy a náboženství
- Archeologie a umění (11/2017)

5.1.2 Struktura měsíčníku History revue

Ročníky 2009 a 2017 neprošly velkou změnou. Oba za daný rok vydaly 12 čísel. Rozsah časopisu v obou letech je 98 stránek.

Stála rubrika History revue 2009

- Dopisy čtenářů
- Osobnost měsíce
- Ozvěny historie
- Kalendárium
- Ve víru staletí
- Pod drobnohledem
- Předplatné
- Mozaika zajímavostí a tipů
- V příštím čísle najdete

Stálá rubrika History revue 2017

- Dopisy čtenářů
- Osobnost měsíce
- Ozvěny historie
- Extra
- Kalendárium
- Klíčové okamžiky doby
- Vy se ptáte, my odpovídáme
- Letem světem historie
- Tehdy a teď
- Pod drobnohledem
- Předplatné
- Mozaika zajímavostí a tipů
- V příštím čísle najdete

Lze vidět, že se rubrika v roce 2017 oproti roku 2009 rozšířila o několik položek.

5.1.3 Hlavní témata časopisů

Analýza obsahu je tradiční metodou zkoumání obsahu a jejím základním rysem je kvantifikování jevu. Výzkumům zabývajícím se obsahem se občas vytýká, že kvalitu mohou

posuzovat skrze kvantitativní analýzu. Dle Schulze texty mohou mít rozdílnou interpretaci, což nehovoří proti kvantitativní obsahové analýze (Schulz, 2004).

První hypotéza předpokládala, že se Živá historie bude z 60 % zabývat obdobím středověku. Nejčastěji se středověk datuje od zániku Západořímské říše v roce 476. Konec středověku je spojován s pádem Konstantinopole v roce 1453. Za konec středověku se také považuje rok 1492, kdy byly objevena Amerika (Kuklík, 2009).

Časopis Živá historie 2009 a 2017 obsahuje dohromady 440 článků, více jak polovinu tvoří články zabývající se středověkem, konkrétně 235 článků. První hypotéza se tedy částečně potvrdila. Živá historie se z větší části zabývá obdobím středověku, avšak ne z 60 % ale z 53,41 % (viz tab. 5.1).

Hypotéza H2 předpokládala, že History revue se z 15 % zabývá starověkem a antikou. Vyhledávány byly články, které psaly o starověkém Egyptu, Mezopotámii, antickém Řecku a Římě. Celkem z obou ročníků History revue bylo napočítáno 56 článků. Dohromady History revue 2009 a 2017 tvoří 664 článků. Druhá hypotéza se nepotvrdila. Měsíčník se antikou a starověkem zabývá pouze z 8,43 %.

Třetí hypotéza byla stanovena následovně: Časopis Živá historie se z 20 % procent zabývá II. světovou válkou. Tato hypotéza se částečně potvrdila, avšak procentní hodnota se neshoduje. V obou ročnících Živé historie bylo napočítáno 103 článků o II. světové válce, což tvoří 23,41 % z celkového počtu publikovaných článků.

Hypotéza číslo čtyři předpokládala, že se obě periodika z 5 % zabývají náboženstvím. Do počtu byly zahrnuty tři světová náboženství (judaismus, křesťanstvím, islám), hinduismus, buddhismus i kmenová náboženství. Živá historie obsahovala 27 článků, což tvoří 6,14 % z celkového počtu článků. History revue vzhledem k většímu rozsahu stránek obsahovala 41 článků. Počet tak tvořil 6,17 % z 664 článků. Procentní hodnota tedy byla o necelý procentní bod větší, než předpokládala čtvrtá hypotéza.

Níže uvedená tabulka zobrazuje počty článků zkoumaných témat obou periodik. Jelikož History revue obsahuje 98 stránek, počet článků bude tedy vyšší než u Živé historie. Procentní hodnoty se však od sebe příliš neliší.

Tab. 5.1 Počet článků vybraných témat časopisů Živá historie a History revue

témata	Živá historie 2009/2017		History revue 2009/2017	
antika a starověk	39	8,86 %	56	8,43 %
středověk	235	53,41 %	351	52,86 %
II. světová válka	103	23,41 %	156	23,50 %
náboženství	27	6,14 %	41	6,17 %
zbylá témata	36	8,18 %	60	9,04 %
celkem	440	100 %	664	100 %

Zdroj: Vlastní výzkum, 2019

Do položky zbylá témata, byly zahrnuty články o pravěku a novověku. Dále zde byly započítány články o událostech 20. století kromě II. světové války. Živá historie obsahovala 36 článků a přiblížila se tak k počtu článků o antice a starověku. History revue naopak obsahovala více článků, než zahrnovala témata náboženství, antika a starověk.

U jednotlivých článků vybraných témat byly dále zkoumány následující položky: rozsah článků, vizuální příloha, barevnost fotografií a charakteristika témat. Bodování se pohybuje v rozmezí 1 až 3 body, jak lze vidět v níže uvedené tabulce.

Tab. 5.2 Specifikace článků vybraných témat časopisu Živá historie 2009/2017

témata	rozsah článků	vizuální příloha	barevnost fotografií	charakteristika témat
antika a starověk	2	2	2	1
středověk	3	2	2	3
II. světová válka	3	2	1	3
náboženství	1	2	2	1
zbylá témata	3	2	2	2

Zdroj: vlastní výzkum, 2019

V sekci rozsah článků byly body přiděleny podle počtu slov jednotlivých článků zabývajících se vybraných témat. 1 bod představoval rozsah méně než 300 slov, 2 body znamenaly, že článek obsahoval 301-500 slov a 3 body byly uděleny článkům s počtem 501-700 slov. Všechna témata získala dva body v oddíle vizuální příloha. To znamená, že články obsahovaly dvě a více fotografií. Pokud článek obsahoval barevné obrázky nebo fotografie byly mu uděleny 2 body, v případě černobílé fotografie obdržel článek 1 bod, který získaly pouze články o II. světová válka. Charakteristika témat byla bodována následovně: 3 body byly uděleny, pokud zkoumané téma představovalo hlavní téma časopisu, 2 body pokud téma bylo vedlejší téma a 1 bod obdrželo téma, které bylo okrajové. Podobně je bodována i následující tabulka, která představuje specifikaci článků časopisu History revue.

Tab. 5.3 Specifikace článků vybraných témat časopisu Historiy revue 2009/2017

témata	rozsah článků	vizuální příloha	barevnost fotografií	charakteristika témat
antika starověk	3	2	2	2
středověk	3	2	2	3
II. světová válka	3	2	1	3
náboženství	1	2	2	1
zbylá témata	3	2	2	2

Zdroj: Vlastní výzkum, 2019

Specifikace článků obou měsíčníků je podobná. V obou případech články o II. druhé světové válce jsou doprovázeny černobílými fotografiemi. Stejná je také charakteristika témat, kdy středověk a II. světová válka obvykle představovaly hlavní téma časopisů. Rozdíly lze vidět u tématu antika a starověk, články v History revue mají rozsah 501-700 slov (3 body).

5.1.4 Specifická témata vybraných čísel periodik

Hypotézy 5, 6, 7 a 8 byly spojené do hromady z důvodu podobnosti zkoumaných prvků. Potvrdily se hypotézy 5 a 6, viz tab. 5.4. V každém čísle obou časopisů vydaných v roce 2009 a 2017 se objevily články o historické osobnosti. Nejčastěji to byli panovníci či panovnice, vědci, objevitelé, cestovatelé a váleční hrdinové. Rozsah článků tvořil převážně 501-700 slov.

Ve všech číslech History revue 2009/20017 a Živé historie 2009/2017 se objevily články o událostech, které se staly v daném měsíci. Živá historie tuto část pojmenovala rubrikou kalendárium, kde jsou ve velmi krátkých sloupcích o rozsahu 100-150 slov popsána událost v daném měsíci. V časopise History revue jsou tyto informace odděleny nadpisem, například (Břežnové události) a jejich rozsah se rovněž pohybuje v rozmezí 100-150 slov.

Hypotézy 7 a 8 se nepotvrdily. Následující tabulka zobrazuje, že se v květových vydáních obou ročníků časopisy nevěnovaly konci II. světové války. Pouze se objevil krátký článek v sekci Květnové události. Předpokládalo se však, že se tomuto tématu budou časopisy věnovat z větší části. Čtvrtou hypotézu, kde se předpokládalo, že se listopadová čísla 2009 budou věnovat událostmi z roku 1989, potvrdila pouze Živá Historie 11/2009.

Tab. 5.4 Specifická témata vybraných čísel periodik

Článek o historické osobnosti	History revue 2009/ 2017	ANO	
	Živá historie 2009/ 2017	ANO	
Články o události, které se staly v daném měsíci	History revue 2009	ANO	
	History revue 2017	ANO	
	Živá historie 2009	ANO	
	Živá historie 2017	ANO	
Články o konci II. světové války	History revue 5/2009		NE
	History revue 5/2017		NE
	Živá historie 5/2009		NE
	Živá historie 5/2017		NE
Články o okupaci Československa v roce 1939	History revue 3/2009		NE
	Živá historie 3/2017		NE
Svět v roce 1989	History revue 11/2009		NE
	Živá historie 11/2009	ANO	

Zdroj: Vlastní výzkum, 2019

Přestože tři poslední témata, jsou pokládány za velmi významné v české historii, časopisy se jimi příliš nezabývaly. Živá historie se v květnovém čísle roku 2017 věnuje atentátu na Reinharda Heydricha, který byl spáchán právě v tomto měsíci. Další vydání volila obvyklá témata, která jsou uvedeny v první hypotéze.

5.1.5 Procentní rozdělení obsahu časopisů

Devátá hypotéza předpokládala, že reklama bude tvořit do 10 % obsah časopisu. Tento předpoklad se potvrdil, jak lze vidět v následující tabulce. V Živé historii je reklama dohromady obsažena na sedmi stránkách což tvoří 8,5 % z celkového počtu stránek (82str.). Počet stránek věnovaný reklamě u History revue byl totožný. Hodnota se však lišila vzhledem k vyššímu počtu stránek, než u předchozího časopisu. Z osmadesáti stránek reklama tvořila 7,14 % obsahu.

Tab. 5.5 Procentní rozdělení obsahu časopisů

obsah	Živá historie	History revue
historie ze světa	64,68%	66,33%
české dějiny	26,82%	26,53%
reklama	8,50%	7,14%
Celkem	100%	100%

Zdroj: vlastní výzkum, 2019

Poslední hypotéza se také věnovala procentním hodnotám. Tentokrát předpokládala, že se časopisy z 30 % budou věnovat české historii a 60 % bude obsah tvořit historií ze světa. Tato

hypotéza se potvrdila, hlavně z toho důvodu, že obsah časopisů je více zaměřen na historii ze světa. Hodnoty nejsou stejné, jako předpokládala hypotéza. České dějiny v Živé historii tvoří 26,82 % obsahu, zahraničí dějiny pak 64,68 %. Obsah History revue tvoří 26,53 % české dějiny a 66,3 % historii ze světa.

6 Využití řešené problematiky v žurnalistice

Následující texty jsem zpracovala samostatně. Úvodní článek, interview, anketa a recenze jsou využitelné pro periodika jako časopis *Téma* nebo *Reflex*.

6.1 Úvodní článek

Tištěná média ve stínu internetu

I přes velký nástup elektronických médií stále vycházejí tištěné tituly, které si udržují své místo na trhu.

Tištěná média mají dlouhou tradici a jsou nejstaršími prostředky masové komunikace. Tato tradice začala v 15. století vynálezem knihtisku Johannesem Gutenbergem a pokračuje až do současnosti. Hlavním zástupcem tištěných masových médií jsou noviny, které denně kupují milióny lidí po celé Evropě. Postavení tištěných médií se změnilo s nástupem internetu, který je dnes nejužívanějším médiem. Unie vydavatelů na svém webu uvádí, že čtenáři tištěných novin jsou nejčastěji lidé ve věku nad 40 let. Výzkum agentury Pew zjistil, že mladí lidé z osmi západoevropských zemí (Dánsku, Francii, Spojeném království, Švédsku, Španělsku, Nizozemsku, Itálii a Německu) získávají zprávy raději z novinových webových stránek než z televize nebo tisku.

Online média začala postupně doplňovat a někdy i nahrazovat tisk. Noviny a časopisy, které byly oslabené už v předchozím období televizí a rozhlasem, začal výrazně ztrácet na významu a ekonomické síle. Řada novin začala vycházet také v online verzi na internetu. Důležitá je totiž rychlost a aktuálnost, kterou internet splňuje na 100 %.

Přestože internet výrazně ovlivnil postavení tištěných titulů na českém i světovém trhu, řada z nich je v oblibě i ve své tištěné podobě. V tomto článku zmíníme nejčtenější tituly, které jsou podle svého obsahu rozdělené seriózní a bulvární, proto vysvětlíme, co tyto pojmy znamenají.

Bulvární média jsou masový sdělovací prostředek, kde klíčovou roli hrají emoce. Základními znaky bulváru jsou velké titulky, výrazné a velké fotografie a krátké jednoduché texty. Většinou se věnují článkům o slavných osobnostech a jejich soukromí. Svým obsahem chtějí zaujmout co nejširší okruh veřejnosti. Bulvární média pro svoji formu a jednoduchý obsah jsou dlouhodobě oblíbená než seriózní média. V anglickém prostředí se používají pro označení bulvárního tisku pojmy *penny press*, *yellow press*. V německy mluvících zemích se používá pojem *Boulevard-Zeitung* a ve francouzském prostředí *presse a scandale*.

V českém prostředí se bulvární tisk začal rozvíjet v polovině 20. let 20. století. Představitelem tohoto tisku byly listy Tempo Jiřího Stříbrného. Hlavními tématy v době První republiky byly senzace, skandály, vraždy a informace o slavných osobnostech, ke kterým patřil i tehdejší prezident Tomáš Garrigue Masaryk. Rozvoj bulvárního tisku byl zastaven příchodem 2. světové války, nacismem a následného období komunistické totality. Obnoven byl až na počátku 90. let po sametové revoluci.

Seriózní média objektivně a neutrálně předávají informace širokému publiku. Tyto informace jsou vždy ověřené z několika zdrojů. Hlavním úkolem je zjednodušeně informovat o významných tématech. V České republice se vyloženě seriózní média nevyskytují, protože se v tištěných i televizních novinách objevují bulvární znaky.

V České republice jsou podle statistik Unie vydavatelů nejčtenějšími novinami Mladá fronta Dnes, Právo, Sport, Lidové noviny a bulvární deník Blesk, který se drží na prvním místě ve čtenosti a má přes 900 tisíc čtenářů na vydání. Druhý nejčtenější deník MF Dnes má okolo půl miliónu čtenářů.

Co se týče zahraničních deníků, například v Anglii je nejčtenějším bulvárním deníkem The Sun. Na pátém místě se řadí seriózní noviny The Times a The Daily Telegraph. Další evropské země, kde převládá bulvární tisk, jsou Německo, Belgie, Slovensko a Polsko. Naopak ve Francii jsou nejčtenější seriózní noviny. Podobně tomu je i ve Spojených státech.

Do tištěných médií patří i časopisy, kterých je dnes na trhu nespočet. Dnešní doba nabízí mnoho zájmů a koníčků, o kterých se podrobněji můžete dozvědět v jednotlivých časopisech, které se obsahově zaměřují na nejrůznější témata z oblasti techniky, vědy, historie, kultury, přírodě, módy, sportu, hospodaření, zvířat a mnoho další. Časopisy se svým obsahem také přizpůsobují mužům i ženám a všech věkových kategorií.

V České republice jsou oblíbené například časopisy o vědě, technice zajímavostech a cestování což nabízí tituly Lidé a země, Živá historie a Koktejl. Dále 100+1 a National Geographic, ty se řadí celkově k nejčtenějším časopisům v republice. U dětí je oblíbený ABC a u časopisů pro ženy je nejpopulárnější Blesk pro ženy. Mezi nejčtenější zpravodajské týdeníky patří Reflex, Téma, Respekt nebo Týden. Čtenost těchto zmíněných časopisů se pohybuje okolo dvou set až tří set tisíc čtenářů.

Mezi nejčtenější světové magazíny se řadí například Family circle, který je určen pro dámy. Zaměřuje se na životní styl, módu a interiérové návrhy. Dalším je magazín People, který píše hlavně o osobnostech. Oblíbeným je také National Geographic, který publikuje témata z oblasti geografie, vědy, historie a přírody. Vůbec nejrozšířenější časopis, který je vydáván ve 209

jazycích, se nazývá Strážná věž. Tento americký měsíčník je nábožensko-duchovním časopisem a vydávají jej svědci Jehovovi skrze Bibli.

Časopisů je opravdu mnoho a každý si může vybrat podle, toho co ho zajímá a baví. Otázkou je, jestli si do budoucích let udrží své místo na trhu. V roce 2008 se například mluvilo o tom, že do deseti let tištěná média zaniknou. Nepotvrdilo se. Navzdory internetu, který je mnohem rychlejší a pohodlnější v podávání informací, si tištěná média a hlavně časopisy udržují své čtenáře. Důležité je vědět, co jim nabídnout.

6.2 Interview

Populárně-naučné časopisy se snaží vědecké poznatky a zajímavosti předat širší veřejnosti. Jsou pro lidi, kteří mají zájem dozvědět se něco nového. Některé mohou přispět i ke vzdělání dětí. Ve škole se děti vzdělávají pomocí učebnic. Potřebné informace také získávají od svých vyučujících a rodičů. Zkušenost s využitím takových časopisů má i učitel Stanislav Knob, který vyučuje na SŠ, ZŠ a MŠ Monty School v Ostravě-Porubě.

Využíváte tyto časopisy ve výuce? Já konkrétně ano. Snažím se je využívat. Nicméně není to úplně jednoduché. Těch možností, co se dá využít ve výuce je poměrně hodně. Jednou jsem období první světové války probral tak, že jsem rozdál každému žákovi jiný článek a poté jej měli interpretovat. Bylo to však časově náročné. Současná generace žáků je spíše generací obrazu než slova. To znamená, že hodně využíváme krátká videa než práci s textem.

Jakým titulům dáváte přednost? Byl jsem dlouholetým odběratelem Živé historie a časopisů od vydavatelství Extra publishing, například Tajemství české minulosti, Otázky historie a speciály jsem taky využíval, jak ve výuce, tak ve volném čase. Musím říct, že jsem se i poučil, některá témata byla velmi zajímavá.

Zmínil jste Živou historii. Máte zkušenost i s History revue? Přiznám se, že jej znám spíš jako titulek, ale vyhýbám se mu, protože si myslím, že je to právě ten příklad toho populárního časopisu, naučného už velice málo. Ten bych spíše doporučil do mediální výchovy v rámci toho, co se vlastně dělá, aby se zaujal čtenář, aby si časopis koupil. Ale obsahově by to do dějepisu zajímavé nebylo.

Proč si myslíte, že History revue není vhodný? Časopis History revue vydává nakladatelství RF HOBBY, které vydává tituly jako Moje šťastná hvězda, Můj kousek štěstí, Můj čas na kávičko, Moje chvilka pohody, Moje sladké tajemství... Jsou to tituly, které se snaží zaujmout čtenáře, tak je jasné, že nakladatelství bude vést „naučné“ časopisy podobným

způsobem. Kromě History revue, vydává RF HOBBY EPOCHU, ENIGMU, 21. STOLETÍ, časopisy zaměřené spíše na bulvár, jako předchozí, které jsem zmínil. Na rozdíl od Extra Publishing, které nabízí časopisy s historickou tematikou, military tematikou a vědeckou tematikou.

Vraťme se ještě k využití časopisu ve výuce. Přicházejí i žáci s nějakými návrhy na časopisy? Ne, nechodí. Ale zeptal jsem se jich, proč nechodí, jestli vůbec čtou časopisy. Odpověděli mi, že čtou na internetu. Nemají vyhraněnou jednu konkrétní stránku. Není to tak, že by četli jednu stránku třeba psychologie.cz. Co zrovna potřebují, co je zaujme, tak si najdou. A když už něco navštěvují pravidelně, tak to jsou videa z youtube. Jmenovali například pořad Top five, kde můžete vidět třeba pět nejvyšších staveb nebo pět největších sportovců a tak dále. Spíše je zajímá audiovizuální předávání informací.

Myslíte si, že jsou časopisy důležité ke vzdělání? Můžou být zdrojem dalšího vzdělávání. Třeba právě Živá historie mi přišla zajímavá. Je časopisem naučným a rozšiřuje daná témata. Dokážu si představit, že by se časopis v historických seminářích dal použít. Mohou mít své místo ve vzdělání s tou výhradou, že dnešní mládež fandí spíše audiovizuální tvorbě.

Lze z nich čerpat podobně jako z odborné literatury nebo je třeba si informace ověřit? Určitě je důležité, aby článek měl uvedený zdroj. U některých časopisů bych se nebál čerpat, například u Živé historie, ale u té History revue bych si nebyl stoprocentně jistý.

Je výběr témat v časopisech, které využíváte k výuce, vyvážený? Co se týče historických epoch, tedy starověk, středověk, nezdá se mi, že by něco převládalo. Ale spíše z hlediska zaměření se objevují témata populární, téměř bulvární, typu mileneckých hádek, různých bizarností. Svým způsobem se může objevit i v těch serióznějších naučných časopisech, ale to je otázka jednoho nadpisu, ale pak ten zbylý text to dává na správnou míru. Vybírají se taková témata, která čtenáře zaujmou a v tom vedou ta populární než naučná.

Co Vaši kolegové, využívají i oni populárně-naučné časopisy ve svých předmětech? Moc se časopisy nevyužívají. V exaktních vědách, jako fyzika, chemie skoro vůbec ne. Spíš v předmětech, jako dějepis, zeměpis, základy společenských věd. Ale obávám se, že to není úplně běžné.

Jaké časopisy byste Vy doporučil, ať už do výuky nebo pro volný čas? Doporučil bych časopisy od nakladatelství Extra Publishing. Vydávají tituly s military tematikou, časopis Příroda, 100+1 Zahraniční zajímavosti a spoustu dalších. Dále bych doporučil cestovatelské časopisy, například Koktejl, National Geography. To jsou časopisy, o kterých si myslím, že jsou hodně sledované.

Děkuji za rozhovor.

6.3 Anketa

Nabídka časopisů je opravdu široká. Čtete nějaké časopisy? Pokud ano, jaké konkrétně?

Marta (74), učitelka v důchodu: Dříve jsem hodně cestovala vlakem, časopis jsem si vždy koupila na cestu, obvykle 100+1 Zahraniční zajímavosti nebo Lidé a země. Teď už tolik nikam nejždím a časopisy si moc nekupuji. Dávám raději přednost knížce.

Karolína (26), státní úřednice: Ano, čtu časopisy o historii, třeba Živou historii nebo 100+1 Historie. A potom takové co píšou o společenských tématech, jako je Téma.

Tomáš (34), řidič autobusu: Já teda časopisy nečtu. Radši mám noviny Právo s ranní kávou. Když mám pauzu tak si v autobuse rád čtu knížku.

Jana (52), směnový mistr: Já si někdy přečtu 100+1 Zahraniční zajímavosti a Živou historii, ale kdybych si měla vybrat, mám radši knížku.

Milan (28), svářeč: Ne, moc časopisy nečtu. Jenom když někde cestuju, ale to je málokdy. To si většinou koupím nějaké o válce nebo zbraních.

Jirka (45), počítačový technik: Já rád cestuju, takže si kupuju časopisy o cestování, třeba Koktejl nebo TravelLife. Díky nim už jsem hodně míst navštívil.

Kristýna (17), studentka: Časopisy nečtu. Co mě zajímá, si najdu na internetu.

František (78), instalatér v důchodu: Za mlada jsem jezdíval na motorce, o ně jsem se celý život zajímal. Teď už si to nemůžu dovolit tak si rád přečtu časopisy o motorkách jako je Motocykl, tam vám jsou zajímavé věci.

Kateřina (47), organizátorka škol v přírodě: Ano, rada si kupuju National Geographic, jsou tam velmi zajímavé články.

Matyáš (23), student: Když jezdím autobusem Student Agency tak si nějaký časopis přečtu, který nabízejí. Mám mladší sestru, která čte ty svoje holčičí časopisy, do nich se někdy podívám abych se zasmál.

6.4 Recenze

Pavel Večeřa: Úvod do dějiny tištěných médií

PhDr. Pavel Večeřa, Ph.D., pracuje na katedře mediálních studií a žurnalistiky Fakulty sociálních studií Masarykovy univerzity v Brně. Specializuje se na problematiku dějin českých médií, zejména na období Protektorátu Čechy a Morava a také na vztahy politických stran a tištěných médií v době první republiky. Podílel se i na tvorbě další odborné publikace, Dějiny českých médií ve 20. století.

Publikaci vydalo nakladatelství GRADA v roce 2015. Kniha popisuje proměnu tištěných médií od jejich vzniku až po současnost a jejich roli v průběhu staletí. Tato kniha není historií tištěných médií. Jejím cílem je popsat klíčové okamžiky na cestě od letáků v 16. století přes noviny a časopisy raného novověku až k jejich nástupcům v dnešní době. Zaměřuje se na chvíle, které ovlivnily vývoj tištěných médií ve světě. Nabízí zajímavý pohled na ekonomickou základnu tištěných médií a samotný proces jejich tvorby. Zabývá se otázkami jejich periodicity a dostupnosti, nákladu a sledovanosti, taky proměnami jejich forem a obsahů. Pozoruje také vliv inzerce a reklamy na rozvoj tištěných médií a posuny v rovině mediální legislativy a cenzurní praxe, stejně jako vnímání cenzury veřejností. V neposlední řadě se dotýká problematiky účinků tohoto typu médií na publikum.

Kniha je rozdělena do šesti kapitol a dalších několika podkapitol. V úvodu každé kapitoly, popíše historické období, kterým se zrovna zabývá. Dále se věnuje tištěným médiím v jednotlivých vývojových fázích od vzniku písma k vynálezu knihtisku až po dnešní používané metody pro šíření tisku. Celkový rozsah odborné publikace tvoří 272 stránek.

Velmi přehledně je rozdělen historický vývoj novin a časopisů, kde autor popisuje rozdílné znaky mezi těmito médií. Můžeme se zde dozvědět, jaké byly první noviny na světě a co bylo jejich hlavní náplní, vznik prvního bulvárního tisku a samozřejmě také první časopisy. Autor neopomenul uvést, jak vznik rozhlasu a televize ovlivnil tištěná média a jejich následující vývoj na trhu.

Jak už je zmíněno v názvu publikace, jde o úvod do řešené problematiky a ne kompletní historii. Kniha je tedy vhodná pro základní přehled vývoje tištěných médií. Kdo by chtěl daleko podrobnější informace, doporučuji knihu Dějiny světové žurnalistiky.

Publikace se zabývá vývojem tisku pouze v klíčových zemích, kterými jsou Anglie, Francie, Německo a USA. Vývojem tisku v českých zemích se příliš nezabývá. K tomu bych doporučila publikaci od Petra Bednaříka Dějiny českých médií od počátku po současnost.

S knihou se velmi dobře pracuje. Není určena pouze pro odborníky, ale i pro čtenáře, kteří se o tištěná média zajímají. V publikaci je uvedeno vše potřebné, co k dané tématice čtenář potřebuje. Jelikož se jedná o úvod, předpokládá se, že informace budou stručné.

7 Závěr

Noviny tištěné na papíře provázely lidstvo téměř půl tisíciletí. Za tu dobu se staly každodenní rutinou. Představa že by v dnešní době přiváděly noviny aktuální informace je poněkud nepravděpodobná. Internet nabízí aktuální informace co hodinu, což noviny nabídnout nemohou. Online media jsou v dnešní době nejužívanějším médiem. Od jejich vzniku se hovoří o budoucnosti tištěných médií. Přestože noviny ztrácejí své výrazné postavení, existují tituly, které si udržují své místo na trhu. Tato periodika přinášejí odborné názory znalců, analýzy a recenze. Ve většině zemí však převládá oblíbenost bulvárních deníků.

Časopisy jsou na tom podobně, ale i ony nabízejí tituly, ve kterých se čtenář může dozvědět zajímavé informace. Důležité je vědět, co publikum zaujme. Nakladatelství Extra PUBLISHING s.r.o. nabízí kvalitní výběr časopisů o zajímavostech z oblasti vědy, historie a přírody. Nabízené časopisy se řadí mezi nejčtenější v České republice. RF HOBBY nabízí spíše tituly zábavné a bulvární. Zaměření History revue je podobné. Často publikuje články o milencích panovnic a milenkách panovníků, vraždy a další témata, který jsou spíše bulvárního charakteru.

Během psaní bakalářské práce jsem díky odborným publikacím narazila na zajímavé věci, které se na internetu nenajdou. Rozvoj tištěných masových médií dal lidem možnost dozvídat se informace ze vzdálenějších lokalit od svého bydliště a dokonce i zprávy ze zahraničí. V minulosti byl tisk využíván jako nástroj manipulace vládnoucí monarchie a přísně cenzurován. Pokud tisk nějak urážel vládnoucího monarchu, hrozil autorovi i trest smrti.

Za II. světové války, byly noviny rovněž nástrojem propagandy. A nebylo to jen u nacismu, ale i v Americe, kde periodický tisk vyzýval občany k boji proti nacistům a bránění vlastního národa. Ve šech totalitních režimech byl tisk přísně kontrolován a cenzurován a za porušení byl autor trestán. Jako tomu bylo v Československu za komunistů.

Dnes jsou tištěná média svobodná, avšak podléhají kontrole z hlediska etiky. Na to je dnes kladen velký důraz, aby obsah ať už tištěných nebo televizních médií nepohoršoval nezletilé. Například tím, že televize vysílá nevhodné pořady od desáté hodiny večerní. Internet tak kontrolovat nelze. Přesto že se zobrazí okénko, které upozorňuje, že je obsah pro uživatele starší osmnácti let, dítě může jednoduše odkliknout políčko starší osmnácti let a dostat se tak na nevhodné stránky.

Jestli tištěná média budou zachovány, záleží na jejich tvůrcích a čtenářů. Je až neuvěřitelné, že stačilo pár let a internet předhonil tištěná média, která se vyvíjela několik staletí. Stále je však na stáncích nespočet titulů, které si umí udržet své čtenáře.

Seznam použité literatury

Knižní zdroje

1. BEDNAŘÍK, Petr, Jan JIRÁK a Barbora KOPPLÖVÁ. *Dějiny českých médií: Od počátku do současnosti*. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3028-8.
2. FROTEK, Josef. *Public relations jako ovlivňování mínění*. 3., rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-3926-7.
3. HALADA, Jan a Barbora OSVALDOVÁ (eds). *Slovník žurnalistiky: Výklad pojmů a teorie oboru*. Univerzita Karlova: Karolinum, 2017. ISBN 978-80-246-3752-5.
4. IRENA, Reifová a kol. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.
5. JEŽEK, Vlastimil a Jan JIRÁK. *Media a my*. Praha: AMU, 2014. ISBN 978-80-7331-304-3.
6. JIRÁK, Jan a Barbora KOPPLÖVÁ. *Masová média*. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.
7. KONČELÍK, Jakub, Pavel VEČEŘA a Petr ORSÁG. *Dějiny českých médií 20. století*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-698-8.
8. KOPPL, Ladislav a Barbora KOPPLÖVÁ. *Dějiny světové žurnalistiky: celý svět je v novinách*. Praha: Novinář, 1989. ISBN 80-7077-216-6.
9. KOPPLÖVÁ, Barbora a Juraj VOJTEK. *Stručný přehled vývoje britského tisku: od druhé poloviny 19. století do 70. let 20. století*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1976. ISBN 17-218-76.
10. KOPPLÖVÁ, Barbora. *Úvod k dějinám světové žurnalistiky do r. 1815*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1982.
11. KUKLÍK, Jan. *Dějepis 2 pro gymnázia a střední školy: Středověk a raný novověk*. Praha: SPN - pedagogické nakladatelství, 2009. ISBN 978-80-7235-430-6.
12. LOSOWSKY, Andrew a Jan JIRÁK. *We love magazines*. Lucemburk: Mike Koedinger, 2007. ISBN 978-3899551884.
13. MCQUAIL, Denis a Barbora KOPPLÖVÁ. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. vyd. Přel. H. Loupová Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.
14. OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA a kol. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. 2. vyd. Praha: Praha, 2002. ISBN 80-7277-108-6.
15. OSVALDOVÁ, Barbora a Jan HALADA. *Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace*. 3., rozš. vyd. Praha: Libri, 2007. ISBN 978-80-7277-266-7.

16. TUŠER, Andrej. *Ako sa robia noviny*. 4. vyd. Bratislava: Eurokódex, 2010. ISBN 9788089447237.
17. VEČEŘA, Pavel. *Úvod do dějin tištěných médií*. Praha: Garda Publishing, 2015. ISBN 978-80-247-4178-9.
18. WINFRIED, Schulz. *Analýzy obsahu mediálního sdělení*. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 978-80-246-1980-4.

Zákon č. 46/2000 Sb., o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon).

Akademické publikace

19. DLÁBKOVÁ, Markéta. *České ilustrované časopisy 2. poloviny 19. století* [online]. Praha, 2015 [cit. 2019-04-15]. Dostupné z: https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/83871/IPRT_2010_2_11210_0_289158_0_105602.pdf?sequence=4&isAllowed=y. Dizertační práce. Univerzita Karlova v Praze. Vedoucí práce Prof. PhDr. Roman Prahel, CSc.
20. MENŠÍK, Marek. *Fenomén knihtisku v renesanci* [online]. Plzeň, 2013 [cit. 2019-04-15]. Dostupné z: <https://otik.zcu.cz/bitstream/11025/13596/1/Bakalarka.pdf>. Bakalářská práce. Západočeská univerzita v Plzni. Vedoucí práce PhDr. Dagmar Svatková.
21. VEJPRÁVOVÁ, Šárka. *Politický systém ČSR 1918-1929* [online]. Plzeň, 2013 [cit. 2019-04-15]. Dostupné z: <https://dspace5.zcu.cz/bitstream/11025/9736/1/DP-Vejpravova.pdf>. Diplomová práce. Západočeská univerzita v Plzni. Vedoucí práce PhDr. Lukáš Novotný, Ph.D.

Elektronické zdroje

22. *Extra Publishing: Radost z poznání* [online]. Brno: Extra publishing, 2006 [cit. 2019-04-15]. Dostupné z: <https://www.epublishing.cz/>
23. Média Extra Publishing v roce 2019. *Extra Publishing: Radost z poznání* [online]. Brno, 2006, 2019 [cit. 2019-05-08]. Dostupné z: https://www.epublishing.cz/sites/default/files/mediainfo_2019.pdf
24. Média v období první republiky. *Národní museum* [online]. 2019 [cit. 2019-04-15]. Dostupné z: http://dvacatestoleti.eu/data/files/MH_ML_4_1R.pdf
25. NOVÁ, Hana. Recenzované a impaktované odborné časopisy. *Národní knihovna České republiky* [online]. Praha, 4.9.2018 [cit. 2019-04-15]. Dostupné z: <https://www.nkp.cz/o-knihovne/odborne-cinnosti/oddeleni-periodik/recenzovane-casopisy>

26. a) MEDIAKIT: RF HOBBY AKTA HISTORY. *RF HOBBY vydavatelství* [online]. Praha, 2019 [cit. 2019-05-08]. Dostupné z: https://rf-hobby.cz/wp-content/uploads/2014/02/mediakit_Akta_2019.pdf
- b) MEDIAKIT: RF HOBBY HISTORY REVUE. *RF HOBBY vydavatelství* [online]. Praha, 2019 [cit. 2019-05-08]. Dostupné z: https://rf-hobby.cz/wp-content/uploads/2014/02/HISTORY-revue_2019_mediakit.pdf
- c) MEDIAKIT: ZÁKLADNÍ INFORMACE – SPECIÁLNÍ EDICE. *RF HOBBY vydavatelství* [online]. Praha, 2019 [cit. 2019-05-08]. Dostupné z: https://rf-hobby.cz/wp-content/uploads/Cenik_SpecEdice_26_02.pdf
27. ŠTÍR, Vojtěch. Český tisk v protektorátu. *Fronta* [online]. 1999, 17.4.2006 [cit. 2019-04-15]. Dostupné z: <https://www.fronta.cz/dotaz/cesky-tisk-v-protektoratu>

Seznam zkratek

ČSR – Československá republika

KSČ – Komunistická strana československá

KSSS – Komunistická strana Sovětského svazu

ROH – Revoluční odborové hnutí

USA – Spojené státy americké

Seznam tabulek a grafů

Seznam tabulek

Tab. 2.1 Československé stranické deníky a nezávislý tisk za První republiky.....	14
Tab. 2.2 Deset nejpopulárnějších novin v USA a vybraných evropských zemí	19
Tab. 3.1 Nejstarší prodávané tituly v zahraničí	25
Tab. 3.2 Nejstarší prodávané tituly v ČR	26
Tab. 5.1 Počet článků vybraných témat časopisů Živá historie a History revue	36
Tab. 5.2 Specifikace článků vybraných témat časopisu Živá historie 2009/2017.....	36
Tab. 5.3 Specifikace článků vybraných témat časopisu Historiy revue 2009/2017	37
Tab. 5.4 Specifická témata vybraných čísel periodik	38
Tab. 5.5 Procentní rozdělení obsahu časopisů.....	38

Seznam grafů

Graf 2.1 Nejčtenější celostátní deníky v ČR	20
---	----

Prohlášení o využití výsledků diplomové (bakalářské) práce

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámena s tím, že na mou diplomovou (bakalářskou) práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;

- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);

- souhlasím s tím, že diplomová (bakalářská) práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové (bakalářské) práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové (bakalářské) práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;

- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 10. 5. 2019

.....

Alžběta Fárková

Seznam příloh

Příloha č. 1 - Vybrané novinové tituly 17. a 18. století

Příloha č. 2 - Tituly s historickou tematikou vydávané Extra Publishing s.r.o.

Příloha č. 3 - Tituly s historickou tematikou vydávané RF HOBBY s.r.o.